

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Podnikatelský plán

The Business Plan

Student:

Martin Hořínek

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Hana Štverková, Ph.D., MBA

Ostrava 2016

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra podnikohospodářská

Zadání bakalářské práce

Student: **Martin Hořínek**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R020 Ekonomika podniku
Téma: Podnikatelský plán
The Business Plan
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoreticko-metodologická východiska zpracování podnikatelského plánu
 3. Studie proveditelnosti
 4. Podnikatelský plán
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK. *Podnik a jeho okolí. Jak přežít v konkurenčním prostředí?*
Praha: C. H. Beck, 2012. 192 s. ISBN 978-80-7400-224-3.
SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ a kol. *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů.* Praha: Grada Publishing, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy.* 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Hana Štverková, Ph.D., MBA**

Datum zadání: 20.11.2015

Datum odevzdání: 06.05.2016



Ing. Josef Kašík, Ph.D.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Čestné prohlášení

„Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně na základě získaných informací a uvedl jsem všechny literární prameny a publikace, ze kterých jsem čerpal.“

V Ostravě dne 6. května 2016

Martin Kořínek
.....
podpis studenta

Poděkování

Děkuji Ing. Haně Štverkové, Ph.D., MBA, která mi byla po celou dobu zpracování bakalářské práce nápomocna, za její odborné vedení, vstřícnost a spolupráci.

Nerad bych opomenul také mou rodinu, která mi vytvořila vhodné podmínky pro psaní této práce a studium.

Obsah

1	ÚVOD.....	5
2	TEORETICKO-METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA ZPRACOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PLÁNU	6
2.1	PODNIKATELSKÝ PLÁN	6
2.1.1	<i>Zásady pro zpracování podnikatelského plánu</i>	<i>7</i>
2.1.2	<i>Příprava podnikatelského plánu</i>	<i>7</i>
2.1.3	<i>Struktura podnikatelského plánu</i>	<i>8</i>
2.2	VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ.....	11
2.2.1	<i>Podnikání.....</i>	<i>11</i>
2.2.2	<i>Podnikatel.....</i>	<i>12</i>
2.2.3	<i>Podnik.....</i>	<i>13</i>
2.3	PRÁVNÍ FORMY PODNIKÁNÍ	14
2.3.1	<i>Podnikání fyzických osob</i>	<i>14</i>
2.3.2	<i>Podnikání právnických osob</i>	<i>17</i>
2.4	ZAHÁJENÍ PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI	21
2.4.1	<i>Založení a vznik společnosti.....</i>	<i>21</i>
2.4.2	<i>Získání živnostenského oprávnění</i>	<i>22</i>
2.4.3	<i>Návrh na zapsání do obchodního rejstříku</i>	<i>22</i>
2.4.4	<i>Registrační a ohlašovací povinnosti</i>	<i>23</i>
2.5	METODIKA PRÁCE.....	23
2.5.1	<i>PESTE analýza.....</i>	<i>23</i>
2.5.2	<i>Porterova analýza pěti konkurenčních sil.....</i>	<i>24</i>
2.5.3	<i>Marketingový plán</i>	<i>26</i>
2.5.4	<i>Finanční plán</i>	<i>26</i>
2.5.5	<i>Interní a externí analýza.....</i>	<i>27</i>
3	STUDIE PROVEDITELNOSTI	28
3.1	MAKROPROSTŘEDÍ	28
3.2	MEZZOPROSTŘEDÍ	37
3.2.1	<i>Analýza odvětví</i>	<i>37</i>
3.2.2	<i>Konkurence</i>	<i>38</i>
3.2.3	<i>Zákazníci</i>	<i>39</i>
3.2.4	<i>Dodavatelé</i>	<i>40</i>
3.2.5	<i>Shrnutí mezzoprostředí.....</i>	<i>41</i>
3.3	MIKROPROSTŘEDÍ	42
3.3.1	<i>Personální plán</i>	<i>43</i>
3.3.2	<i>Finanční plán</i>	<i>45</i>
3.3.3	<i>Marketingový plán</i>	<i>51</i>
3.3.4	<i>Interní a externí analýza.....</i>	<i>53</i>
3.3.5	<i>Shrnutí výsledku technicko-ekonomické studie</i>	<i>55</i>
4	PODNIKATELSKÝ PLÁN	57
4.1	TITULNÍ STRANA PODNIKATELSKÉHO PLÁNU.....	57
4.2	EXEKUTIVNÍ SOUHRN.....	57
4.3	CHARAKTERISTIKA PODNIKU	58

4.4	MANAGEMENT A ORGANIZACE PODNIKU	59
4.5	FINANČNÍ PLÁN	62
5	ZÁVĚR	63
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	64
	SEZNAM ZKRATEK.....	67
	PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
	SEZNAM PŘÍLOH	

1 Úvod

V české ekonomice mají podstatnou úlohu malé a střední podniky, protože určitým způsobem ovlivňují výkonnost celé české ekonomiky. Založení malého či středního podniku není jednoduchou záležitostí v náročných podmínkách tržní ekonomiky. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán je jedním z významných předpokladů úspěšného založení podniku. V současné době by se lidé neměli vrhat do podnikání bezhlavě. Je třeba vše důkladně promyslet i naplánovat. Téma této bakalářské práce vychází ze zájmu autora o podnikání v oblasti velkoskladu s ovocem a zeleninou a z možnosti využít tuto práci následně v praxi.

V práci jsou zachyceny důležité poznatky, které jsou potřebné ke zpracování jak teoretických tak ekonomických východisek, k sestavení podnikatelského plánu a způsobu, jak založit podnik. Cílem bakalářské práce je sestavení podnikatelského plánu, který se bude zabývat velkoskladem s ovocem a zeleninou. Zpracovaný podnikatelský plán by nám měl ukázat, jestli je náš plán dobře promyšlený, rentabilní a zda má smysl ho uskutečnit. Dílčími cíli práce je vypracování analýz, které jsou potřebné ke zpracování podnikatelského plánu a dále je to vymezení teoretických a ekonomických východisek, které nám ukáží potřebné výsledky. Na základě těchto výsledků se můžeme rozhodnout, zda je možné tento podnik založit či nikoliv.

Bakalářská práce je rozdělena do pěti kapitol. První kapitola je věnována úvodu bakalářské práce. Obsah druhé kapitoly se zabývá teoretickým vysvětlením základních pojmů týkajících se podnikatelského plánu a podnikání. Třetí kapitola se zabývá studií proveditelnosti, která analyzuje makroprostředí, mezzoprostředí, mikroprostředí a jsou zde provedeny potřebné analýzy a to PESTE analýza, analýza odvětví, personální plán, finanční plán, marketingový plán, interní a externí analýza. Obsahem čtvrté kapitoly je samotný podnikatelský plán. Závěr je zpracován v páté kapitole, která se zabývá zhodnocením úspěšnosti podnikatelského plánu a posouzení, jaké jsou jeho šance uplatnit se na trhu. Jsou zde shrnuty jednotlivé kroky a postupy jak v teoretické části, tak praktické části. Je zde objasněno, zda došlo k naplnění cílů této práce.

2 Teoreticko-metodologická východiska zpracování podnikatelského plánu

Náplň této kapitoly bude věnována objasnění základních pojmů, které se týkají podnikatelského plánu. Zaměřuje se také na metody a postupy, které jsou využívány ke zpracování praktické části bakalářské práce a to jak k sestavení podnikatelského plánu, tak k založení podniku.

2.1 Podnikatelský plán

Při sestavování podnikatelského plánu si podnikatel ujasní, jaké kroky musí učinit v jednotlivých oblastech, kolik to bude stát, kde získá potřebné finanční prostředky a jak se zhodnotí investovaný kapitál. Pomocí podnikatelského plánu si podnikatel postupně odpoví na následující otázky: kde se nyní nachází, kam se chce dostat a jak toho chce dosáhnout. (Srpová a kol., 2007)

Podnikatelský plán je tedy písemný dokument zpracovaný podnikatelem, který komplexně vyjadřuje cíle konkrétního podniku za určité období, a také to, jak by měl těchto cílů dosáhnout. Popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související se zahájením podnikatelské činnosti či fungováním existující firmy. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Malé podnikatelské subjekty si záměr pro své podnikání vypracovávají, aby mohly střízlivě odhadnout svou budoucí pozici na trhu. Podnikatelský plán jim slouží jako základní dokument, díky kterému mohou rozhodovat o tom, co se v nich bude v následujících letech dít, v jakém rozsahu, jakým způsobem, zda tento způsob podnikání bude bezpečný. Tyto účely se nazývají interní. K externím účelům patří prezentace cílů podniku vnějším subjektům. V našem případě přesvědčit banku o výhodnosti projektu, na jehož financování kapitál požadujeme. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může mít velký vliv k získání potřebného kapitálu.

Obsah podnikatelského plánu není závazně stanoven. Příklad členění podnikatelského plánu:

- 1 Obsah
- 2 Shrnutí
- 3 Všeobecný popis firmy
- 4 Klíčové osobnosti
- 5 Výrobky a služby
- 6 Okolí firmy
- 7 Prodej
- 8 Výroba, provozní činnosti
- 9 Personální plán
- 10 Finanční plán
- 11 Příloha (Veber, Srpová a kol., 2005)

2.1.1 Zásady pro zpracování podnikatelského plánu

Při zpracování podnikatelského plánu by měly být respektovány obecně platné zásady. Jestliže je podnikatelský plán vytvářen pro externí subjekt, musí na něj zapůsobit, aby získal potřebné finanční prostředky. Z toho důvodu je nutné, aby podnikatelský plán byl:

- **Inovativní** – musíme ukázat, že přinášíme jedinečnou přidanou hodnotu pro zákazníka, že náš výrobek nebo služba bude uspokojovat potřeby zákazníků lépe než naše konkurence.
- **Srozumitelný a uváženě stručný** – vyjadřujeme se jednoduše, neprezentujeme zbytečně mnoho myšlenek v jedné větě. Myšlenky či závěry obsažené v plánu sice uvádíme stručně, ovšem v žádném případě ne na úkor základních faktů.
- **Logický a přehledný** – myšlenky a skutečnosti musí na sebe navazovat, musí být podloženy fakty, tvrzení si nesmí odporovat, pro přehlednost uvádíme tabulky a grafy.
- **Pravdivý a reálný** – pravdivost uváděných údajů a reálnost predikovaného vývoje by měla být samozřejmostí.
- **Respektující rizika** – respektování rizik, identifikace rizik a návrh opatření na jejich eliminaci nebo zmírnění zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

2.1.2 Příprava podnikatelského plánu

Rozsah a propracovanost podnikatelského plánu závisí na velikosti firmy a účelu, pro který je určen. Rozdíl mezi rozsahem podnikatelského plánu může záviset na tom, zda se nová firma bude zabývat poskytováním služeb či výrobou, nebo zda půjde o zboží osobní či průmyslové spotřeby. Komplexnost podnikatelského plánu může být rovněž ovlivněna velikostí trhu, konkurencí a růstovým potenciálem. Při zpracování přihlížíme k tomu, zda se podnikatelský plán sestavuje pro interní nebo externí účely. Sběr informací a formální úprava jsou důležitým přínosem pro přípravu podnikatelského plánu.

Sběr informací – na kvalitě a množství získaných informací závisí kvalita rozhodnutí, protože na základě špatných informací se správné rozhodnutí činí jen velmi obtížně. Problémy s informacemi mají zejména malé a začínající firmy. Zavedené firmy se na celkovém trhu již lépe orientují a mají z minulosti řadu informací o zákaznících, dodavatelích, konkurenci atd. V případě začínající firmy je ve výhodě podnikatel, který se v oboru uvažovaného podnikání pohyboval a zná informační zdroje. Díky rozvoji informačních technologií je možné značné množství informací a kontaktů najít v elektronické podobě. Ale i ten nejlépe propracovaný on-line informační systém nemůže nikdy nahradit přímý osobní kontakt při jednání se zákazníky, dodavateli nebo s představiteli

konkurenčních firem. Nové kontakty je možno získat na veletrzích, výstavách či konferencích, kde je účast záležitosti prestiže. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Formální úprava – podnikatelský plán by měl obsahovat přibližně 40-50 stran plus přílohy. Vytvořit podnikatelský plán trvá týdny, v některých případech i měsíce. Kvůli měnícím se podmínkám je často nutné již vypracované části podnikatelského plánu přepracovat do aktuální podoby, proto je dobré kapitoly číslovat. Také jeho vnější vzhled je důležitý, měl by být atraktivní a působivý, aby dokázal zaujmout v kladném slova smyslu. Mezi nejdůležitější informace patří název podniku, adresa, jméno a číslo na kontaktní osoby. Pro vlastní ochranu by na první stránce měl být následující pokyn. Veber, Srpová a kol. (2005, s. 92) píše: „*Všechny údaje tohoto podnikatelského plánu jsou důvěrné. Rozmnožování a předávání třetím osobám je dovoleno jen se souhlasem autora nebo výše uvedené firmy.*“

2.1.3 Struktura podnikatelského plánu

Obecná struktura podnikatelského plánu by měla obsahovat popis podnikatelského plánu, ekonomické propočty a přílohy. Co se týká popisu podnikatelského plánu, musí v něm být zobrazeny prvotní fakta o podniku, stručný vývoj, hodnocení soudobé situace, chystané aktivity, strategie dosažení daných cílů, odhady a hodnocení rizika. Mezi podstatné body patří popis strategií, konkurenční výhody, předpoklad současných a budoucích dodavatelů a odběratelů, vnitropodniková organizace a dělba práce.

Ekonomické propočty by měly popis plánu podpořit přesnými kalkulacemi, a proto musí mít reálný podklad (rozvaha, výkaz zisku a ztrát, cash flow).

Přílohy by měly být tvořeny formou nákresu, fotografií, smluv, certifikátu, tabulek atd. Pro přehlednost je nutné přílohy očíslovat, aby se na ně mohl odkazovat text.

Obsah – i když se zdá být samozřejmostí, často se na něj v záměrech zapomíná. Vynechání obsahu v případě rozsáhlého dokumentu jako je podnikatelský plán, ztěžuje vyhledávání. To může proto také rozladit jeho příjemce. Obsah by měl mít rozsah jedné až jedné a půl stránky formátu A4. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Shrnutí – shrnutí není úvod, ale zkrácená představa toho, co obsahuje celý zbytek dokumentu. Ve čtenáři by mělo vzbudit zvědavost a chuť přečíst si zbytek dokumentu a věnovat se podrobnostem. Délka shrnutí je závislá na charakteru plánu a výši potřebného kapitálu. Má za úkol podat přesvědčivý obraz o tom, jaké cíle má organizace a jakou strategií toho chce dosáhnout. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Všeobecný popis firmy – popis firmy zpravidla začíná krátkou historií. Je nutné uvést datum vzniku a důvod založení organizace. Poté následuje oblast činnosti, informace o konkrétním produktu

nebo službě a druh zákazníků. Veškeré další informace se týkají budoucnosti. Je nutné představit vizi, ze které budou vyplývat cíle firmy. Kromě cílů je třeba uvést i strategii jak jich dosáhnout. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Klíčové osobnosti – při představování klíčových osobností je nutné začít jejich vzděláním, praktickými zkušenostmi, zejména v řídicích funkcích. Zde je vhodné uvést také organizační strukturu. Dále by zde měly být uvedeny hrubé mzdy. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Produkty (výrobky nebo služby) – musíme je popsat proto, aby byly příjemci podnikatelského plánu srozumitelné. Popis zahájíme na prvním místě produktem, který bude zajišťovat největší část obratu, až poté popisujeme další produkty. Nesmíme zapomenout na popis produktu z pohledu zákazníka. Zvláštní pozornost by měla být věnována novým produktům. Pro přehledné znázornění se doporučuje použít matici, ve které jsou uvedeny výkonové parametry a cena vlastního a cizího výrobku. Tyto parametry mají zásadní vliv na rozhodnutí zákazníka o koupi. Užitek pro zákazníky vyplývá hlavně z úspor nákladů a vyšší výkonnosti proti nabídce konkurence. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Okolí firmy – firma by měla své vnější prostředí velmi dobře znát, protože právě tam na ni čekají vhodné příležitosti, ale také ohrožení. Veber, Srpová a kol. (2005, s. 94) píše: „*Podnikatel by měl nejen analyzovat parametry firmy, sledovat jejich vývojové trendy, ale snažit se je účelně využít pro další úspěšný rozvoj své firmy.*“ Jedná se zejména o:

- ekonomické činitele,
- technologické činitele,
- přírodní faktory,
- politickou situaci,
- legislativní podmínky.

Na trhu se musí prosazovat téměř každá firma vůči svým konkurentům. Prvním úkolem je zjistit, kdo má v úmyslu prodávat, nebo kdo již prodává srovnatelné výrobky. Většina firem své konkurenty již zná. Konkurence je někdy příliš tvrdá a ztěžuje novým firmám prosazení se na trhu. V opačném případě, když je konkurence méně silná, máme větší šanci v našich podnikatelských aktivitách uspět. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Prodej - tržní podmínky a druh výrobku v mnoha případech určují způsob prodeje. Při nízké ceně není např. možné prodávat výrobky jednotlivě, organizace v tom případě dá z nákladových důvodů přednost prodeji ve velkém množství. Mezi oběma protipóly se nachází neomezený počet prodejních variant. Například se může jednat o prodej zprostředkovatelům, maloobchodním či velkoobchodním podnikům. Zavedené organizace již mají dobře vybudované vlastní distribuční cesty.

Nové výrobky musíme při zavádění na trh dobře představit. Pomoci mohou ověřovací vzorky u klíčových zákazníků, soustředit bychom se měli především na renomované organizace.

Stanovit optimální cenu výrobku je možné jen s ohledem na řadu aspektů (patří mezi ně výkonnost vlastního výrobku, opatření na podporu prodeje, prodejního personálu, image výrobku nebo organizace, ale i ceny konkurenčních výrobků. Cenovou strategii musíme v podnikatelském plánu popsat. Na základě rozboru nákladů je potřeba ještě před stanovením konečné ceny zjistit, jaká její minimální výše je bezpodmínečně nutná k pokrytí nákladů. Měli bychom si také ověřit obvyklé termíny plateb zákazníků, protože vysoké ceny a dlouhé platební lhůty zvyšují kapitálové náklady.

Na základě popisu základního způsobu odbytu jsme schopni odvodit počet prodejních míst, prodavačů i dopravní kapacitu. Organizace, které mají již stálý okruh zákazníků a zavedenou prodejní síť, jsou ve výhodě. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Výroba - Podnikatelský plán musí jasně ukazovat konkurenční přednosti dotyčné produkce. Jestliže se organizace rozhodla zavést vlastní výrobu, je třeba vyzdvihnout její přednosti (např. vynikající know-how, nízké náklady, výrobní prostory i kvalitní zařízení). Jakou strategii organizace zvolí, závisí na konkrétním případě. Zpracovatel podnikatelského plánu musí také zvážit, jaké podrobnosti jsou nutné při popisu výrobních metod. Měly by být podány srozumitelně. Z popisu musí jasně vyplývat, o jaký typ výroby se vůbec jedná (kusová, sériová nebo hromadná), jaká jsou případná výrobní rizika a opatření k jejich snížení. Mezi významné faktory výrobního procesu patří řízení jakosti, jehož základní principy by měly být stručně uvedeny. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Personální otázka – personál je nedílnou součástí podniku. Veber, Srpová a kol. (2005, s. 97) uvádí: „*Pasáž personalistiky by měla poskytnout jasný přehled o současné situaci v personálním zabezpečení chodu firmy (počet a kvalifikační struktura pracovníků, zavedený systém udržování a zvyšování kvalifikace) a jaké nároky na personál budou vyžadovat výše uvedené podnikatelské záměry.*“

Finanční plán - finanční plán má investorům ukázat, jak se bude vyvíjet finanční situace podniku v případě, že bude dosahovat všech plánovaných cílů. Tento plán by měl být omezen na podstatné údaje, na plánovací období v rozmezí 3–5 let. Shrnutí výpočtů je třeba vložit do přehledných tabulek a musí být uvedeny v příloze. Plánované výkazy se doplní stručným komentářem. Vedlejší výpočty, které nejsou součástí plánu, by měly být investorovi k dispozici k nahlédnutí. Výstupy finančního plánu tvoří:

- plánovaný výkaz zisku a ztráty,
- plánovaná rozvaha,
- plán peněžních toků. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Příloha – rozsah přílohy podnikatelského plánu bývá různý. V přílohách je možné uvést například výpis z obchodního rejstříku, životopisy klíčových osobností, analýzu trhu, zprávy, články a pojednání z novin a časopisů o trhu a výrobku, výkazy zisku a ztráty, rozvahy a peněžní toky za uplynulé období, obrázky výrobků a prospekty, důležité smlouvy, získané certifikáty. (Veber, Srpová a kol., 2005)

2.2 Vymezení základních pojmů

Tato část bude věnována základním pojmům, které se týkají podnikání.

2.2.1 Podnikání

Podnikání z ekonomického hlediska může být definováno jako zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby došlo ke zvýšení jejich původní hodnoty. Jedná se o dynamický proces, který vytváří přidanou hodnotu.

Z psychologického pojetí se jedná o činnost, která je motivovaná určitou potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, seznámit se s něčím novým, něco si splnit. Z tohoto pohledu je podnikání prostředek k dosažení seberealizace a postavení se na vlastní nohy.

Sociologické pojetí formuluje podnikání jako vytváření blahobytu pro všechny zainteresované. Hledá způsoby, jak dokonale využít zdroje, vytváří nová pracovní místa a příležitosti. (Veber, Srpová a kol., 2005)

Z právního hlediska je podnikání definováno v novém občanském zákoníku z roku 2014 (§ 420 odst. 1 NOZ) jako: „*Samostatná výdělečná činnost vykonávaná na vlastní účet a odpovědnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku. Osoba, která takovou činnost vykonává, je považována se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*“

Srpová, Řehoř a kol. (2010, s. 20) vysvětlují následující pojmy pro lepší pochopení:

- *soustavnost – činnost musí být vykonávána opakovaně a pravidelně, ne příležitostně,*
- *samostatnost – je-li podnikatelem fyzická osoba, jedná osobně; právnická osoba jedná prostřednictvím svého statutárního orgánu,*
- *vlastní jméno – právní úkony činí podnikatel jako fyzická osoba svým jménem a příjmením a jako právnická osoba pod svým názvem (obchodní firmou),*
- *vlastní odpovědnost – podnikatel (fyzická i právnická osoba) nese veškeré riziko za výsledky své činnosti,*
- *dosažení zisku – činnosti musí být vykonávána s úmyslem docílit zisku (nemusí být však dosažen).*

2.2.2 Podnikatel

Podnikatel samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku.

Dle občanského zákoníku je podnikatel:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku (obchodní společnosti, družstva, a jiné právnické osoby, kterým to ukládá zákon, fyzické osoby se zapisují povinně pouze v některých případech),
- b) osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností (živnostníci) či při samostatném výkonu svého povolání (jiné než živnostenské oprávnění mají například auditoři, lékaři apod.).

Podnikatel musí být starší 18 let, trestně bezúhonný (při zakládání podniku musí doložit výpis z trestního rejstříku), způsobilý k právním úkonům. U malých firem je podnikatelem vlastník podniku, který řadu z podnikatelských funkcí vykonává sám. Podnikání kromě zisku přináší také osobní nezávislost, možnost pracovat v oblasti, kterou má rád, „být svým pánem“. Sám nese rizika podnikání (může být vytlačen konkurencí), ale také sám užívá úspěchů a zisků, které mu podnikání přinese.

Mezi nejdůležitější povinnosti podnikatele patří dle živnostenského zákona:

- povinnost dokladovat kontrolním orgánům způsob nabytí prodávaného zboží nebo materiálu používaného k poskytování služby,
- povinnost zajistit, aby v provozovně, kde je prodáváno zboží spotřebitelům, byla ve vymezené době přítomna osoba znalá českého nebo slovenského jazyka,
- na požádání kupujícího vydávat doklady o prodeji zboží. Kopie dokladů je podnikatel povinen uschovávat po dobu 3 let, pokud zvláštní právní předpis nestanoví jinak,
- každý podnikatel dostane své IČ (identifikační číslo),
- živnostenské úřady vedou živnostenský rejstřík v elektronické podobě – má funkci evidenční. Velká část živnostenského rejstříku je veřejná. Živnostenský rejstřík obsahuje údaje o podnikatelích, kteří mají udělená živnostenská oprávnění,
- kontrolu dodržování tohoto zákona provádí obecní živnostenské úřady a ty také smí ukládat pokuty za porušení zákona od sto korun až do 1 000 000 Kč.

Mezi další povinnosti, které musí podnikatel splňovat, patří například označení svého zboží cenami, zpřístupnění zákazníkům ceník výrobků nebo služeb, označení provozovny obchodním jménem, zveřejnění provozní (prodejní) doby. Dále musí mít k dispozici inspekční knihu, musí uzavírat se svými zaměstnanci pracovní smlouvy, umožnit prohlídku provozovny živnostenskému

úřadu. S provozováním podnikání je spojena i daňová a odvodová povinnost (daň z příjmu), odvod zdravotního a sociálního pojištění.

(Srpová, Řehoř a kol., 2010)

Od 1. 1. 2014 jsou základními právními normami pro podnikatele nový občanský zákoník a zákon o obchodních korporacích. Občanský zákoník upravuje také od roku 2014 smlouvy.

2.2.3 Podnik

Podnik je právní celek vytvořený předepsaným způsobem (živnost, s.r.o., a.s. apod.). Je tvořen souborem všech hmotných (budovy, stroje, materiál), nehmotných (software, patenty, licence, know-how) a osobních složek podnikání (znalosti, zkušenosti, vedení, pracovní síla). Jedná se o ekonomicko-právní subjekt seskupený z výrobních činitelů (práce, půda, kapitál) za účelem podnikání (vytváří statky a poskytuje služby). O své činnosti má povinnost vést záznamy (například v daňové evidenci, účetnictví).

Nový občanský zákoník od roku 2014 nepracuje s pojmem podnik, ale nazývá ho obchodním závodem. Obchodní závod podle NOZ z roku 2014 (§ 502 NOZ) je formulován následovně: *„Obchodní závod (dále jen „závod“) je organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu.“*

Cíle podniku:

- maximalizace zisku,
- zajištění dlouhodobé existence podniku,
- zajištění rozvoje (růstu) podniku a zvyšování podílu na trhu,
- trvalé zajištění pracovních míst pro pracovníky. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

Podniků existuje velké množství. Nové neustále vznikají, jiné zanikají. Můžeme je dělit do menších skupin z různých hledisek: (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

1. Podle předmětu činnosti (podle toho, čím se zabývají):

- výrobní podniky (potravinářské, textilní, strojírenské, dřevozpracující atd.),
- obchodní podniky (velkoobchodní, maloobchodní, vnitřního nebo zahr. obchodu),
- podniky v peněžnictví (banky, pojišťovny atd.),
- podniky služeb (autoservisy, opravny, čistírny, kadeřnictví, kosmetiky atd.),
- dopravní podniky.

2. Podle velikosti (posuzuje se počet zaměstnanců, velikost majetku, objem výroby):

a) Podniky malé (do 50 zaměstnanců) a střední (do 250 zaměstnanců) - se zabývají zejména službami (kadeřnictví, opravny, účetní firmy), řemesly (pekařství, instalátorské služby, stolařství) a maloobchodem (nákup zboží za účelem jeho prodeje spotřebitelům).

b) Podniky velké (nad 250 zaměstnanců a více) - většinou ve strojírenském, těžebním, automobilovém průmyslu, společnosti zajišťující přepravu lidí, zboží, surovin, také to mohou být ropné společnosti apod. Bývají ekonomicky silné, jsou nositeli technického pokroku. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

3. Podle právní formy (kdo a jak je založil, vybavil, kdo je vlastní a řídí):

- podniky jednotlivce (živnosti, podle zvláštních předpisů, zemědělci),
- obchodní společnosti (osobní - v. o. s. a komanditní spol.; kapitálové - a. s. a s. r. o.),
- družstva,
- podniky státní (Česká pošta, České dráhy, Správa letišť),
- ostatní. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

2.3 Právní formy podnikání

Již na začátku podnikatelských aktivit se musíme rozhodnout, který typ právní formy bude pro naše podnikání ideální. Právní forma podnikání představuje významné rozhodnutí a jeho volba není nezvratná. Zvolený typ lze později transformovat na jiný, což ovšem přináší další komplikace a náklady. Těmto problémům se lze vyhnout dobře zpracovanou počáteční rozvahou. Občanský zákoník připouští podnikání fyzických osob i podnikání právnických osob. (Veber, Srpová a kol., 2005)

2.3.1 Podnikání fyzických osob

Pokud budeme podnikat jako fyzická osoba, setkáme se s pojmem „osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)“. Jedná se o termín používaný v českých zákonech o dani z příjmů, v zákonech o sociálním zabezpečení a zdravotním pojištění pro fyzickou osobu, která má příjmy z podnikání nebo jiné samostatné výdělečné činnosti. Klasickým příkladem OSVČ je například živnostník, samostatný zemědělec, soudní znalec apod.

Podmínky pro provozování živností

Živnost může provozovat fyzická nebo právnická osoba (včetně zahraničních subjektů), splňující podmínky dané živnostenským zákonem:

1. Všeobecné podmínky:

Plná svéprávnost – 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost.

2. Zvláštní podmínky:

Odborná a jiná způsobilost – pro každý druh živnosti je přímo uvedeno v příloze zákona, např. u řemeslných živností se požaduje vyučení v oboru, u vázaných živností speciální zkoušky apod. (u právnické osoby musí tyto podmínky splňovat odpovědný zástupce), k posuzování odborné způsobilosti se použije zákon o uznávání odborné kvalifikace.

Fyzické osoby pro nás budou:

1. Podnikatelé:

- podnikající na základě živnostenského oprávnění dle živnostenského zákona,
- podnikající na základě jiného oprávnění a zákonů (lékaři, veterináři, notáři),
- podnikatelé provozující zemědělskou výrobu podle zvláštních předpisů.

2. Zaměstnanci:

- osoby vstupující do pracovně právních vztahů se svými zaměstnavateli (podle zákoníku práce), v nich se nerozhodují samostatně, za firmu nemají odpovědnost.

Živnosti

Zákon č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) upravuje vstup do podnikání. Tento zákon prošel za dobu své existence od roku 1991 řadou novel. Poslední novela platí od 1. 1. 2015.

Definice živnosti dle živnostenského zákona: „Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“

Živnost není:

- činnost vyhrazená zákonem státu nebo určené právnické osobě (bývala to například pošta),
- využívání výsledků duševní tvůrčí činnosti (autorský zákon, vynálezy apod.);

- povolání lékařů, veterinářů, advokátů, notářů, znalců, auditorů, daňových poradců, burzovních dohodců a makléřů, atd.,
- činnost bank, pojišťoven, penzijních fondů, burz, pořádání loterií, hornická činnost, výroba a rozvod elektřiny, plynu a tepla, zemědělství, provoz drah, telekomunikační sítě, výroba léčiv, provozování rozhlasového a televizního vysílání apod. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

Uvedené činnosti sice nejsou živnosti, to ale neznamená, že nemohou být podnikáním, pokud to dovoluje příslušný specializovaný zákon pro danou činnost.

Rozdělení živností dle živnostenského zákona:

- Ohlašovací
 - a) řemeslné
 - b) vázané
 - c) volné
- Koncesované

Živnosti ohlašovací:

Řemeslné - jsou vyjmenovány v příloze 1 zákona o živnostenském podnikání. Podmínkou je odborná způsobilost získána vyučením v oboru. Odbornou způsobilost podnikatel prokazuje:

- výučním listem v příslušném oboru,
- vysvědčením o maturitní zkoušce v příslušném studijním oboru střední školy,
- řádným ukončením vyššího odborného vzdělání v příslušném oboru,
- diplomem nebo jiným dokladem o absolvování bakalářského nebo magisterského studia příslušné vysoké školy,
- uznáním odborné kvalifikace podle zákona o uznávání odborné kvalifikace (např. u zahraničních pracovníků a u pracovníků s šestiletou a delší praxí v oboru).

Vázané - jsou uvedeny v příloze 2 zákona o živnostenském podnikání a u každé živnosti vázané jsou uvedeny podmínky odborné způsobilosti (např. provozování autoškoly – odborná způsobilost podle zákona č. 247/2000 Sb. o získávání a zdokonalování odborné způsobilosti k řízení motorových vozidel; činnost účetních poradců a vedení účetnictví – vysokoškolské vzdělání a 3 roky praxe v oboru nebo středoškolské vzdělání s maturitou a 5 let praxe v oboru apod.).

Volné – jsou uvedeny v příloze 4 zákona o živnostenském podnikání. Novela z roku 2008 zjednodušila tuto oblast a rozlišuje pouze jedinou živnost volnou. Nevyžaduje prokazování odborné ani jiné způsobilosti, je dán jmenovitý seznam těchto činností, z něhož si zájemce vybírá.

Živnosti koncesované:

Jsou uvedeny v příloze 3 zákona o živnostenském podnikání a lze je provozovat pouze na základě udělení koncese, nestačí tedy pouhé ohlášení živnosti. Získání koncese je podmíněno splněním požadované odborné a zvláštní způsobilosti (je uvedena jmenovitě u každého oboru koncesované živnosti), a také splněním dalších podmínek uvedených v zákoně. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

2.3.2 Podnikání právnických osob

Dalším způsobem podnikání je možnost podnikat jako právnická osoba. Musíme počítat s tím, že v tomto případě bude zahájení podnikatelské činnosti administrativně náročnější a samozřejmě budeme muset při zakládání podniku složit základní kapitál. Všechny typy právnických osob musí být zapsány do obchodního rejstříku.

Obchodní rejstřík – je to veřejný seznam, do kterého se zapisují o právnických a některých fyzických osobách zákonem stanovené údaje, týkající se podnikatelů nebo organizačních složek jejich podniku. Obchodní rejstřík má funkci konstitutivní – zápisem do něj vznikají právnické osoby například akciová společnost, družstvo atd. Pro právnické osoby je zápis do obchodního rejstříku povinný. Obchodní rejstřík je veden u krajského soudu. (Veber, Srpová, 2012)

Obchodní společnosti členíme dle zákona o obchodních korporacích na:

osobní

- veřejná obchodní společnost (v. o. s.),
- komanditní společnost (k. s.),

kapitálové

- společnost s ručením omezeným (s. r. o.),
- akciová společnost (a. s.),

družstva (zemědělská, výrobní, spotřební, apod.),

státní podniky (dle zákona o státním podniku, zakládány ministerstvy).

V souladu s právem EU po vstupu ČR do EU také:

- Evropská společnost (SE),
- Evropské hospodářské zájmové sdružení (EHZS),
- Evropská družstevní společnost (SCE).

Charakteristika jednotlivých společností:

Veřejná obchodní společnost (v. o. s.):

Je založena alespoň dvěma osobami. Může být založena fyzickou i právnickou osobou. Osoby ručí neomezeně a solidárně celým svým majetkem (fyzické osoby tedy ručí i osobním majetkem a majetkem své manželky nebo manžela). Zisk se dělí mezi společníky rovným dílem, stejně tak ztráta. Statutární orgán (řídící orgán) je každý ze společníků, nestanoví-li společenská smlouva jinak.

Vstoupit do společnosti nebo vystoupit je možné na základě změny společenské smlouvy, ovšem ve společnosti musí zůstat alespoň dva společníci. Smrtí společníka dochází k zrušení a zániku společnosti (pokud práva nepřecházejí dědictvím na dědice), ke zrušení společnosti dojde i v případě, kdy na majetek některého ze společníků je vyhlášen konkurz. Pro společníky platí zákaz konkurence v oboru (nesmí mít zároveň jinou formu se stejným předmětem podnikání), pokud společenská smlouva nestanoví jinak. (Koráb, Mihalisko, 2005)

Komanditní společnost (k. s.)

Zakládají minimálně dva společníci, z nichž jeden musí být komplementář a jeden komanditista.

Komplementář může být jeden nebo více společníků, kteří ručí neomezeně. Vklad zde není povinný. Komplementář vykonává řídící funkci, je statutárním orgánem a má zákaz konkurence v oboru. Podílí se na řízení společnosti. Zisk a ztráta se dělí rovným dílem.

Komanditista je jeden nebo více společníků, kteří ručí jen do výše svého vkladu. Vklad je povinen vložit do základního kapitálu společnosti ve výši určené společenskou smlouvou. Neřídí společnost, má pouze kontrolní funkci. Zisk se dělí podle výše vkladu. Jsou povinni podílet se na úhradě ztráty, stanoví-li tak společenská smlouva. (Koráb, Mihalisko, 2005)

Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)

Tato společnost je nejčastěji zakládáný typ v České republice i ve světě. Společnost s ručením omezeným je společnost, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků a společníci ručí za závazky společnosti omezeně do výše upsaných vkladů. Společnost může být založena jednou osobou nebo více osobami. Společníci ručí za závazky společnosti omezeně, a to pouze do výše nesplacených

vkladů, zapsaných do obchodního rejstříku. Společenská smlouva může připustit vznik různých druhů podílů. Základní kapitál je tvořen vklady společníků a nově musí být minimálně 1 Kč. Společenská smlouva může (ale nemusí) určit, že podíl společníka je představován kmenovým listem. Kmenový list může být vydán pouze k podílu, jehož převoditelnost není omezena nebo podmíněna. Kmenový list je cenný papír na řad, který nelze vydat jako zaknihovaný cenný papír a nemůže být obchodovaný na veřejném trhu (např. na burze).

Před podáním návrhu na zápis společnosti do obchodního rejstříku musí být na každý peněžitý vklad splaceno nejméně 30% a celé vkladové ážio. Vklad společníka může být i nepeněžitý (např. nemovitost, auto, stroj - ocenění znalce). Orgány společnosti:

- a) nejvyšší orgán – valná hromada,
- b) statutární orgán – jednatelé,
- c) kontrolní orgán – dozorčí rada (pokud se zřizuje – není povinný).

Statutární orgán je povinen minimálně 1x ročně svolat valnou hromadu, která schvaluje řádnou účetní závěrku. Rozhoduje prostou většinou hlasů přítomných společníků, pouze pokud se jedná o změny společenské smlouvy je vyžadován souhlas alespoň dvoutřetinové většiny hlasů všech společníků a osvědčuje se veřejnou listinou (notářem). Pokud to nevyklučuje společenská smlouva, může probíhat rozhodování i mimo valnou hromadu (tzv. rozhodování per rollam) – osoba oprávněná svolat valnou hromadu rozešle návrh rozhodnutí na adresu společníků a ti se musí do 15 dnů od doručení vyjádřit. Nedoručí-li společník ve lhůtě souhlas s návrhem usnesení, platí, že s návrhem nesouhlasí. Zisk určený valnou hromadou k rozdělení se dělí mezi společníky podle jejich podílů. Platí zákaz konkurence v oboru pro jednatele a členy dozorčí rady (pokud je dozorčí rada zřízena). Při změně osoby společníka není nutné rušit společnost, je však nutné změnu zapsat v obchodním rejstříku (společník může podíl prodat, darovat, zdědit atd.). V některých případech je nutný souhlas valné hromady. (Koráb, Mihalisko, 2005)

Akciová společnost (a. s.)

Akciová společnost má základní kapitál, který je rozvržen na určitý počet akcií. Akcie jsou cenné papíry o určité jmenovité (nominální) hodnotě. Rozvržení počtu akcií záleží na rozhodnutí zakladatelů. Akciová společnost může být založena jedním nebo více zakladateli (celkový počet je neomezen). K založení a. s. se vyžaduje přijetí stanov společnosti. Základní kapitál se vyjadřuje v českých korunách, v případě, že vede účetnictví v eurech, může vyjádřit kapitál v eurech. Výše základního kapitálu je minimálně 2 miliony korun nebo 80 000 EUR. Založení je účinné, splatí-li každý zakladatel alespoň 30 % hodnoty upsaných akcií. Akciová společnost vzniká zapsáním do OR

a vede seznam akcionářů. Dělení zisku – výplata dividendy podle počtu akcií, o kterých rozhoduje valná hromada. Orgány a.s.:

a) valná hromada - nejvyšší orgán – (schůzka všech akcionářů min. 1x ročně)

b) ve stanovách je schválen buď:

dualistický systém: představenstvo – statutární orgán – po celý rok řídí firmu dozorčí rada a kontrolní orgán – kontroluje práci představenstva

monistický systém: místo představenstva je statutární ředitel a místo dozorčí rady vykonává kontrolní činnost správní rada.

Záleží na tom, jaký model (dualistický nebo monistický) si akcionáři prosadí. Zákaz konkurence v oboru platí pro členy představenstva a členy dozorčí rady. Akcionáři za závazky společnosti neručí. (Veber, Srpová, 2012)

Družstva

Stále platí, že družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob. V názvu se slovo družstvo objevuje povinně. Do ledna 2014 mohlo družstvo založit aspoň 5 fyzických osob nebo 2 právnické osoby. Nyní podle zákona o obchodních korporacích musí být zakladateli aspoň 3 osoby (fyzické nebo právnické). Družstvo musí vést seznam členů. Ustavující schůze kromě stanov zvolí členy orgánů družstva (nejvyšším je členská schůze, statutárním orgánem představenstvo a kontrolním orgánem kontrolní komise), rovněž schválí způsob splnění základního členského vkladu. Jeho výše je pro všechny členy stejná. Vedle základního členského vkladu může družstvo uzavřít s členem písemnou smlouvu o dalším členském vkladu (například v případě spořitelních a úvěrových družstev). V případě, že vklad je nepeněžitý, musí jej ocenit znalec a o jeho přijetí rozhoduje členská schůze. Ve stanovách může být také uvedeno, že nepeněžitě plnění bude znamenat provedení práce nebo poskytnutí služby členem.

Pokud družstvo nebude mít více než 50 členů, mohou stanovy určit, že nebude zřízeno představenstvo. Práci statutárního orgánu bude vykonávat předseda, kontrolní komise nemusí být zřízena. Výše minimálního základního kapitálu není stanovena. Stanovy určují, že někteří členové mají právo podílet se na zisku. Členové družstva neručí za jeho závazky, ve stanovách ale může být určeno, že budou mít uhrazovací povinnost pro krytí ztrát, maximálně se jedná o trojnásobek členského vkladu. Zákaz konkurence v oboru platí pro členy představenstva a kontrolní komise. (Veber, Srpová, 2012)

Detailnější informace o právních formách jsou vedeny v zákoně č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích v aktuálním znění.

2.4 Zahájení podnikatelské činnosti

Cílem této kapitoly je objasnit postupy a nezbytné úkony, které jsou nedílnou součástí při založení společnosti s ručením omezeným. Založení společnosti s ručením omezeným je poměrně zdoluhavý proces, který v současné době většinou vázne na rychlosti odbavování na úřadech.

V případě zakládání společnosti je vhodné věnovat pozornost zákonu o obchodních korporacích, který nově vyšel 1. 1. 2014, kde se nacházejí všechny podstatné informace, týkající se společnosti s ručením omezeným i samotného založení podniku.

2.4.1 Založení a vznik společnosti

Jako právní forma podnikání byla vybrána obchodní společnost, a to společnost s ručením omezeným. Zahájení podnikání této společnosti je dvoustupňové:

1. **Ustavení (založení)** obchodní společnosti (sepsání smlouvy mezi společníky).

Založení společnosti má povinně písemnou podobu:

- a) společenskou smlouvu podepsanou všemi společníky a notářsky ověřenou,
- b) zakladatelskou listinou notářsky ověřenou (připouští-li zákon, že společnost může založit jediný zakladatel).

Mezi náležitosti společenské smlouvy respektive zakladatelské listiny patří:

- firma a sídlo společnosti,
- určení společníků (firma nebo název a sídlo PO nebo jméno a bydliště FO),
- předmět podnikání (činnosti),
- výše základního kapitálu a vklady (také způsob a lhůtu splácení vkladů),
- jména a bydliště jednatelů společnosti a způsob, jakým jednají jménem společnosti,
- jména a bydliště členů dozorčí rady, pokud se zřizuje,
- určení správce vkladu,
- jiné údaje, které vyžaduje zákon o obchodních korporacích.

Občanský zákoník ukládá vydání stanov společnosti, pokud je zakládána více zakladateli. Stanovy podrobně upravují vztahy mezi společníky, především podíly na zisku a úhradu případné ztráty firmy.

Veškeré právní úkony učiněné v mezidobí od založení do vzniku právnické osoby jsou tedy činěny jednotlivými společníky pouze jako fyzickými osobami a s neomezeným ručením.

2. **Vznik** obchodní společnosti:

- a) dnem zápisu společnosti do obchodního rejstříku,

- b) návrh na zápis do obchodního rejstříku musí být podán do šesti měsíců od založení společnosti.
(Koráb, Mihalisko, 2005)

2.4.2 Získání živnostenského oprávnění

Společnost s ručením omezeným může vykonávat svou podnikatelskou činnost pouze na základě živnostenského oprávnění ve vztahu k jeho předmětu podnikání. Tuto skutečnost musí ohlásit živnostenskému úřadu. Živnostenský úřad bude vyžadovat výpis rejstříku trestů jednatele, existující notářský zápis o založení společnosti, výpis z katastru nemovitosti a prokázání právního vztahu společnosti k jejímu sídlu a další přílohy jako prohlášení odpovědného zástupce apod.

V souvislosti s elektronizací veřejné správy může podnikatel činit veškerá podání na libovolném živnostenském úřadě na území ČR. Pro komunikaci s živnostenským úřadem se využívají standardizované formuláře Centrálního registračního místa (CRM).

Ohlášení se provádí na jednotném registračním formuláři (JRF), ten nahrazuje různé typy formulářů pro podání. Požadované náležitosti se sjednotily do jednoho formuláře, zpřehlednily se a současně se odstranilo opakované vyplňování totožných, zejména identifikačních údajů na registračních či přihlašovacích formulářích určených pro všechny týkající se orgány. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

2.4.3 Návrh na zapsání do obchodního rejstříku

V této kapitole se budeme věnovat popisu podání návrhu na zápis společnosti s ručením omezeným do obchodního rejstříku. Srpová, Řehoř a kol. (2010, s. 91) popisují: „*Obchodní rejstřík představuje veřejný seznam, který vedou rejstříkové soudy a do něhož se zapisují určité (zákonem stanovené) údaje.*“ Obchodní rejstřík uchovává stálou evidenci určitých (podstatných) údajů o podnikatelích a umožňuje, aby tyto údaje byly veřejnosti přístupné.

Návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku se provádí na základě návrhů, které představují procesní úkon, který je nezbytný ke vzniku společnosti. Zakladatel společnosti musí předložit řádně vyplněný formulářový vzor. Do tohoto formuláře se vyplní uvedení soudu, kterému je návrh určen, osoba, ke které má být zápis v obchodním rejstříku proveden, a dále osoby oprávněné k podání návrhu (jednatelé). Návrh na první zápis do OR je zpoplatněn částkou 6 000 Kč. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

2.4.4 Registrační a ohlašovací povinnosti

Podnikatel jako právnická osoba se musí po zahájení podnikatelské činnosti zaregistrovat do 15 dnů u správce daně jako poplatník daně z příjmů právnických osob a jiných daní, u správy sociálního zabezpečení a dalších institucí. Podnikatelské subjekty, které jsou zapsány do obchodního rejstříku, mají povinnost při výkonu své činnosti vystupovat pod svou obchodní firmou. Na všech objednávkách, obchodních dopisech a fakturách jsou podnikatelé povinni uvádět údaj o své obchodní firmě, jménu nebo názvu, sídlu nebo místu podnikání a identifikační číslo. Osoby zapsané v OR nebo v jiné evidenci též údaj o tomto zápisu, včetně spisové značky. Podnikatel zapsaný v OR je povinen předkládat ve dvojím vyhotovení rejstříkovému soudu listiny, které se zakládají do sbírky listin.

Při vzniku společnosti přidělí místně příslušný finanční úřad podle sídla společnosti daňové identifikační číslo (DIČ). Skládá se ze dvou částí – kódu země a kmenového kódu. (Veber, Srpová a kol., 2005)

2.5 Metodika práce

Tato část bakalářské práce bude věnována metodám, které použijeme při sestavování podnikatelského plánu. Metody, které využijeme, budou PESTE analýza, Porterův model pěti konkurenčních sil, marketingový plán, finanční plán, interní a externí analýza (IFE, EFE). Zpracování těchto analýz může podniku pomoci k lepšímu pochopení situace, ve které se nachází, a také ke kvalitnímu zpracování podnikatelského plánu. Důležitou součástí jsou ověřené a pravdivé informace. Provedení těchto analýz bez kvalitních informací ztrácí význam.

2.5.1 PESTE analýza

Analýza se zaměřuje na makroprostředí podniku. Za klíčové faktory PESTE analýzy lze označit politické, ekonomické, sociální, technologické a ekologické faktory. Každá z těchto skupin v sobě obsahuje řadu faktorů, které určitou mírou ovlivňují podnik. Název této analýzy je odvozen od počátečních písmen výše zmíněných pěti faktorů.

Politické faktory – ovlivňují podnik především jako souhrn vlivů, jejichž výrazem jsou politické zájmy institucionalizované v politických stranách, koalici atd. Podnik může být ovlivněn také komunální politikou, jako jsou obecní úřady. Systém je dán politickým vývojem v zemi a okolí.

Ekonomický faktor – ekonomické okolí má pro podnik velký význam, neboť z něho získává podnik výrobní faktory (práce, půda, kapitál). Podnik je ve svém rozhodování a chování ovlivněn celkovou hospodářskou situací země a její dynamikou. Můžeme zde zařadit následující

makroekonomické ukazatele, kterými jsou nezaměstnanost, tempo růstu ekonomiky, inflace, vývoj HDP, výše úrokových sazeb atd.

Sociální faktor – do tohoto faktoru patří například rozdělení příjmů, demografické faktory, změny životního stylu, vzdělání, společenské a kulturní zvyky.

Technologický faktor – technologické okolí a změny technologií jsou zdrojem a motivem technického a technologického pokroku. Tyto technologie umožňují podniku dosahovat lepších hospodářských výsledků, zvyšují konkurenční schopnost podniku. Pro příklad technologického faktoru můžeme uvést výrobní technologie, skladovací technologie aj.

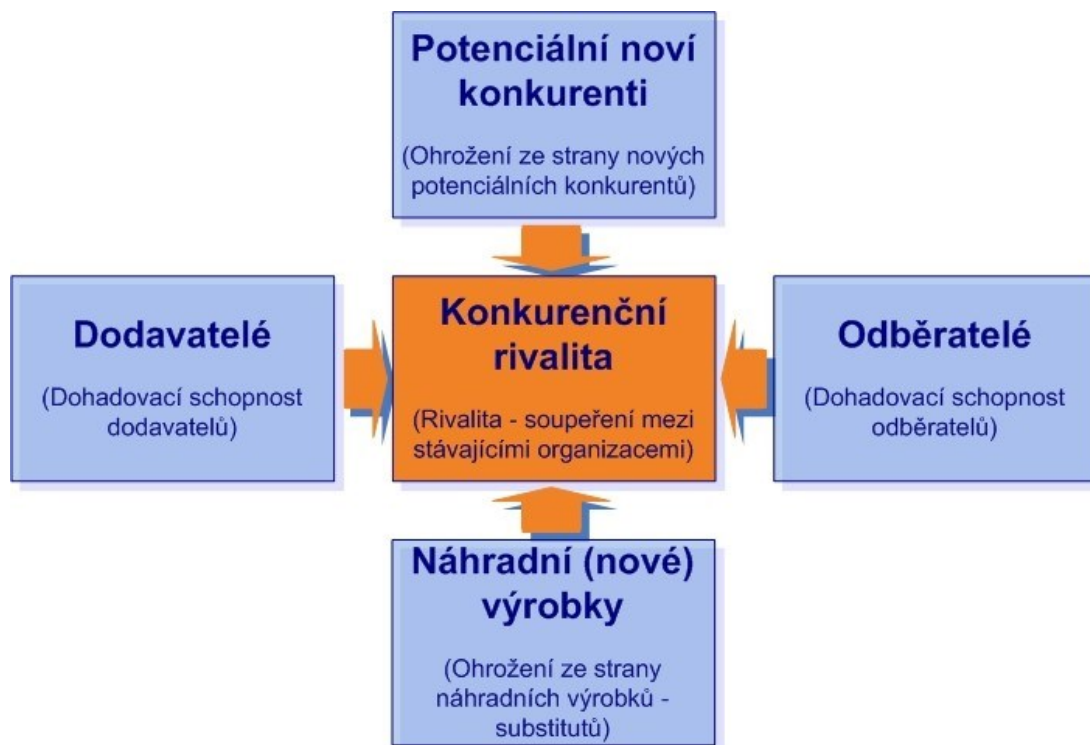
Ekologický faktor – tento faktor musí podniky stále více respektovat. Na jedné straně může ekologický faktor vytvářet pro podnikání řadu bariér, protože ekologizace představuje pro podniky ekonomickou zátěž. Na druhé straně dává podnikům mnoho šancí, například při recyklaci obalů. (Synek a kol., 2002)

2.5.2 Porterova analýza pěti konkurenčních sil

Porterův model znázorňuje rivalitu na trhu, konkurenční tlaky. Cílem tohoto modelu je pochopit síly, které v tomto prostředí působí a určit, které z těchto sil mají pro firmu z hlediska budoucího vývoje největší význam. Podnik, který chce dosáhnout úspěchu, musí rozpoznat tyto síly, včas na ně reagovat, vyrovnat se s nimi a pokud je to jen trochu možné, obrátit jejich působení ve svůj prospěch. Jedná se o těchto pět konkurenčních sil:

- ohrožení ze strany nově vstupujících firem,
- konkurence v odvětví,
- hrozba substitučních výrobků,
- vyjednávací síla odběratelů,
- vyjednávací síla dodavatelů. (Porter, 1994)

Obr. 2.1 Porterův model pěti konkurenčních sil



Zdroj: Porterův model pěti konkurenčních sil [online]. [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: <http://www.vlastnicesta.cz/metody/porteruv-model-konkurencnich-sil-1/>

2.5.3 Marketingový plán

Marketingový plán vysvětluje, jakým způsobem budou výrobky nebo služby distribuovány, oceňovány a propagovány. Nejznámějšími faktory jsou produkt, cena distribuce, propagace. Všechny tyto složky jsou na sobě vzájemně závislé, přičemž při stanovení jejich optimální kombinace je třeba vycházet ze zvolené strategie plánu a charakteristiky trhu.

Produkt – představuje nejdůležitější nástroj marketingového mixu. Tvoří podstatu firemní nabídky na trhu a slouží k uspokojování potřeb zákazníků. Díky tomu, že svým charakterem a kvalitou značně ovlivňuje rozhodnutí v oblasti distribuční, cenové, ale také komunikační politiky, je nejdůležitějším nástrojem. Při nákupním rozhodování působí mnoho faktorů, například kvalita, obal, image, záruka.

Cena – stanovení prodejní ceny výrobku nebo služby je jednou z nejsložitějších úloh. Při stanovení prodejní ceny je třeba zvažovat více faktorů. Můžeme zde zařadit především výši nákladů na jednotku produkce, cenovou elasticitu, slevy poskytované velkoobchodu a maloobchodu, dealerské odměny, platební podmínky, podmínky dodávek aj.

Distribuce – je přesun produktu z místa jeho vzniku (od výrobce) na místo jeho prodeje (k zákazníkovi). Výrobce a konečný spotřebitel jsou součástí každé distribuční cesty. S volbou vhodného distribučního kanálu souvisí i logistické aspekty distribuce, kterým by se měla věnovat speciální pozornost. Jde o otázky dodacích podmínek, způsobů přepravy, optimalizace dopravních cest, ochrana zboží během přepravy, řízení zásob.

Propagace – je nutná při vstupu nového produktu na trh, dále pro udržení tržní pozice a dosažení dlouhodobých cílů podnikatelského plánu. Jako formy podpory prodeje přichází v úvahu reklama, public relations, osobní prodej aj. (Fotr, Souček, 2005)

2.5.4 Finanční plán

Prokazuje reálnost podnikatelského plánu z ekonomického hlediska. Tento plán by měl být omezen na podstatné údaje, na plánovací období v rozmezí 3 – 5 let. Výstupy finančního plánu tvoří plánovaná rozvaha, plánovaný výkaz zisku a ztráty, plán peněžních toků. Plánované výkazy se doplní stručným komentářem. Výstupy finančního plánu musí mít reálné podklady. Shrnutí výpočtů je třeba vložit do přehledných tabulek a ty musí být uvedeny v příloze.

Cílem finanční analýzy je poznat finanční zdraví firmy, identifikovat slabiny, které by mohly v budoucnosti vést k problémům a určit silné stránky, na kterých by mohl podnik stavět. Součástí finančního plánu je návrh na financování projektu. V případě, že požadujeme cizí zdroje, uvedeme

jejich potřebnou výši, dobu, za kterou budou splaceny a podmínky, za kterých nám budou poskytnuty. (Srpová, Řehoř a kol., 2010)

2.5.5 Interní a externí analýza

Jednou z používaných metod analýzy vnitřního prostředí je metoda IFE (Internal Factor Evaluation Matrix). Zobrazuje faktory vnitřního prostředí a stanovuje jejich sílu vlivu, tj. vždy váhu a známku pro jednotlivý faktor. Postup je shodný s tvorbou matice EFE (External Factor Evaluation Matrix), která se zabývá faktory vnějšího prostředí. Jedná se o analytickou techniku navazující na SWOT analýzu, která je v podstatě jednoduchým nástrojem zaměřeným na charakteristiku klíčových faktorů ovlivňujících strategické postavení podniku. SWOT analýza analyzuje faktory interní, tedy silné a slabé stránky, a faktory externí neboli příležitosti a ohrožení.

Název SWOT je odvozen z prvních písmen anglických slov:

- **S** - strengths – silné stránky
- **W** - weaknesses – slabé stránky
- **O** - opportunities – příležitosti
- **T** - threats – hrozby

Podnik získá silnou pozici na trhu díky interním faktorům, které jsou považovány za **silnou stránku**. Mezi silné stránky podniku můžeme zařadit například zkušený management, kvalitní servis, kvalifikovanou pracovní sílu. Zde musí být podnik lepší než konkurence. Čím více silných stránek bude mít, tím lépe.

Mezi **slabé stránky** podniku můžeme uvést například kapitálovou sílu, nedostatek zkušeností v oblasti marketingu, cenovou politiku atd. Označíme-li slabou stránku podniku, je vhodné na ni v zápětí odpovědět pozitivem. Pro investora z toho plyne, že jsme se nad slabinami plánu pozastavili a našli pozitivní řešení k jejich odstranění.

Příležitosti a hrozby se zaměřují na vnější okolí podniku. Zdůrazňují atraktivní příležitosti, které mohou podniku přinést určité konkurenční výhody. Současně nás navádí k zamyšlení nad problémy, které podnik bude muset řešit. (Srpová a kol., 2007)

3 Studie proveditelnosti

Tato studie poskytuje veškeré podklady, které jsou potřebné pro investiční rozhodnutí. Je třeba formulovat základní technické, finanční a ekonomické požadavky i požadavky týkající se ochrany životního prostředí. Výsledkem projektu je pak formulace jeho cílů a základních charakteristik, které zahrnují marketingovou strategii, dosažitelný podíl na trhu, základní suroviny, materiály aj.

Finančně ekonomická studie zahrnuje investiční náklady podnikatelského plánu, jeho výnosy a náklady v období provozu a propočty ukazatelů ekonomické efektivity. Příprava plánu by měla zabezpečovat potřebné údaje pro finančně ekonomické analýzy a hodnocení plánu, respektive jeho jednotlivých variant. Tato studie musí být zpracována s velkou přesností, neboť zpětná vazba nás pak může v některém z následujících kroků donutit vrátit se zpět k určitým předchozím rozhodnutím a přehodnotit je. V případě, že ekonomická efektivnost není dostatečná, je nutno hledat další varianty plánu, které by byly ekonomicky výhodnější. Pokud podnikatelský plán není životaschopný, je třeba tento fakt konstatovat a uvést jeho příčiny. (Fotr, 1999)

3.1 Makroprostředí

Tato část podnikatelského plánu bude věnována analýze okolí firmy pomocí PESTE analýzy. PESTE analýza věnuje pozornost pěti faktorům, a to politickým, ekonomickým, sociálním, technologickým a ekologickým. V následující části budou všechny podmínky analyzovány.

Politický faktor

Z pohledu politického faktoru souvisí vnitrostátní a politické dění, které ovlivňuje situaci na trhu. Jelikož se v našem případě jedná o malé podnikání s malým vnitrostátním trhem, politický faktor nás ovlivňuje jen minimálně.

Ve státě s rozsáhlou korupcí není perspektivní začít s podnikáním, stejně jako v zemích s komunistickým režimem. Česká republika, která nebude jediné místo pro naši činnost, však upřednostňuje demokratický systém. Můžeme volit strany s programem, které podporují podnikání. Většinou se jedná spíše o pravicové strany.

Ekonomický faktor

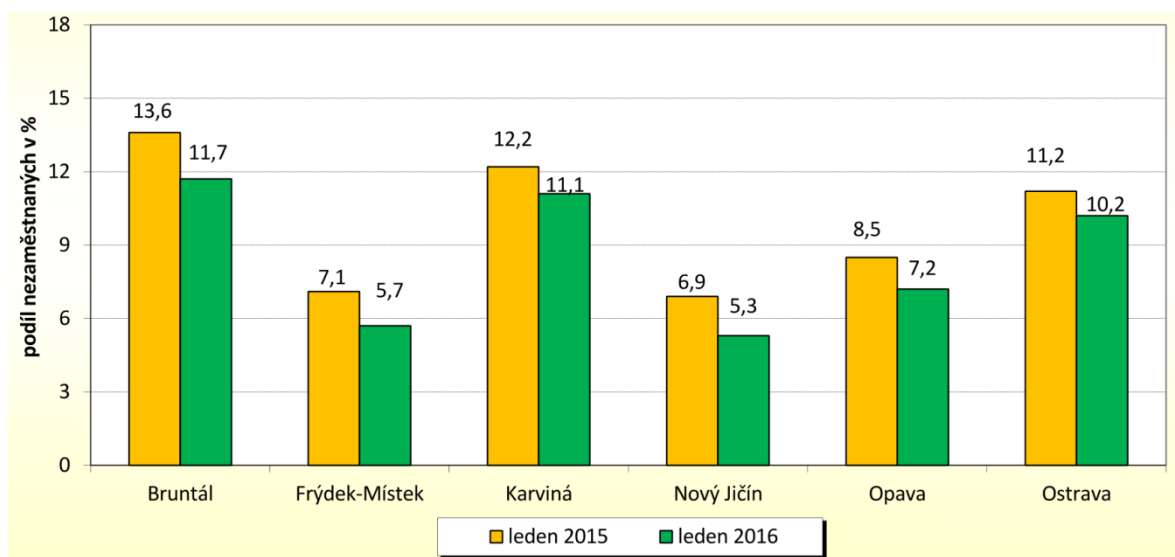
Ekonomické prostředí je důležité zejména pro odhad ceny pracovní síly i pro odhad cen produktů a služeb. V této části analýzy se sledují otázky daní a cel, stability měny a návaznosti jejího kurzu ke kurzu domovské měny firmy, výše úrokových sazeb, otázky hospodářských cyklů na daném trhu, makroekonomických ukazatelů, specifického zaměření trhu (např. na automobilový průmysl, na zemědělství, atd.), trendech v oblasti distribuce atd.

Z důvodu podnikání nejen na území České republiky se musíme zabývat měnovým kurzem a clem. Z daní můžeme vypustit problematiku spotřební daně, daně z nemovitých věcí, ale nikoliv daň z příjmu fyzických osob, daň z příjmu právnických osob, daň silniční a daň z přidané hodnoty. V začátku podnikání budeme vytvářet nová pracovní místa, takže je důležité zjistit ceny jednotlivých pracovních pozic.

Pokud budeme sledovat vývoj nezaměstnanosti v Moravskoslezském kraji, která bude vyjádřena v procentech, tak hodnota tohoto ukazatele bude za leden 2015 činit 9,9 % a za leden 2016 8,5 %.

V celostátním měřítku byla míra nezaměstnanosti k lednu 2015 ve výši 7,7% a k lednu 2016 ve výši 6,4 %, což vypovídá o tom, že nezaměstnanost od začátku roku 2015 v České republice klesá. Při porovnání těchto údajů zjistíme, že nezaměstnanost v Moravskoslezském kraji je ještě stále vysoká. (ČNB, 2015)

Graf 3.1 Meziroční porovnání podílu nezaměstnaných v MSK



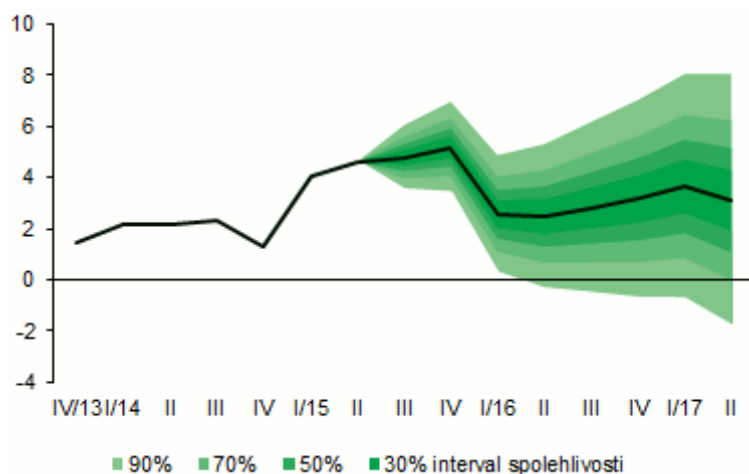
Zdroj: *Meziroční porovnání podílu nezaměstnaných v MSK* [online]. 2016 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://portal.mpsv.cz/upcr/kp/msk/statistiky/mskgraf3_0116.pdf

HDP

Tab. 3.1 Prognóza HDP

Ukazatel	rok	ve výši
meziroční růst reálného HDP	2015	4,7%
	2016	2,8%
	2017	2,9%

Zdroj: *Prognóza HDP* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#HDP



Zdroj: *Prognóza HDP* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#HDP

Vějířový graf zachycuje nejistotu budoucího vývoje sezonně očištěného růstu HDP. Nejtmavší pásmo kolem středu prognózy odpovídá vývoji, který nastane s 30% pravděpodobností. Rozšiřující se pásma zobrazují postupně vývoj s pravděpodobnostmi 50 %, 70 % a 90 %.

Podnikání ve formě velkoobchodu není nijak rozsáhlé, je umístěno přímo v jednom z větších měst republiky, a proto nám mírné snižování HDP ovlivní činnost jen nepatrně.

Míra inflace

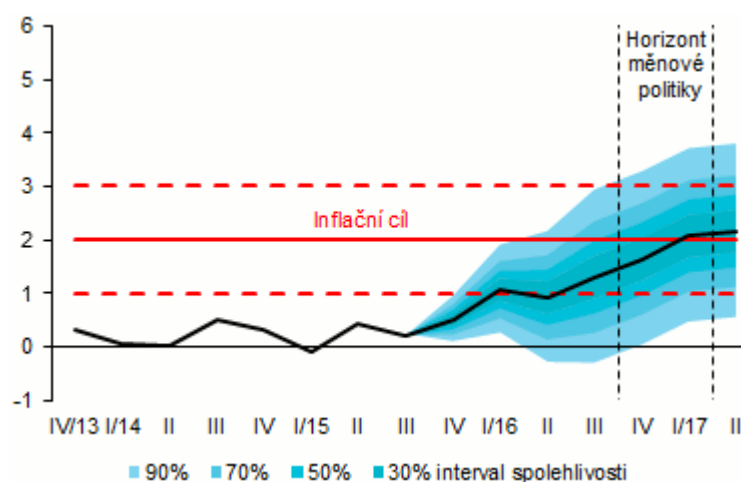
Inflace je většinou ekonomů definována jako nárůst všeobecné cenové hladiny zboží a služeb v ekonomice v určitém časovém období.

Avšak ze stejného důvodu jako u HDP se nám podnikání výrazně nezmění, pokud se nebude jednat o rapidní nárůst až k super či hyper inflaci. Při udržování míry inflace v rozmezí jakém je aktuálně, nám nepřináší příležitosti ani hrozby.

Tab. 3.2 Prognóza měnově - politické inflace

Ukazatel	horizont	ve výši
Měnově - politická inflace	4. čtvrtletí 2016	1,6%
	1. čtvrtletí 2017	2,1%

Zdroj: *Prognóza měnově - politické inflace* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#mp_inflace



Zdroj: *Prognóza měnově - politické inflace* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#mp_inflace

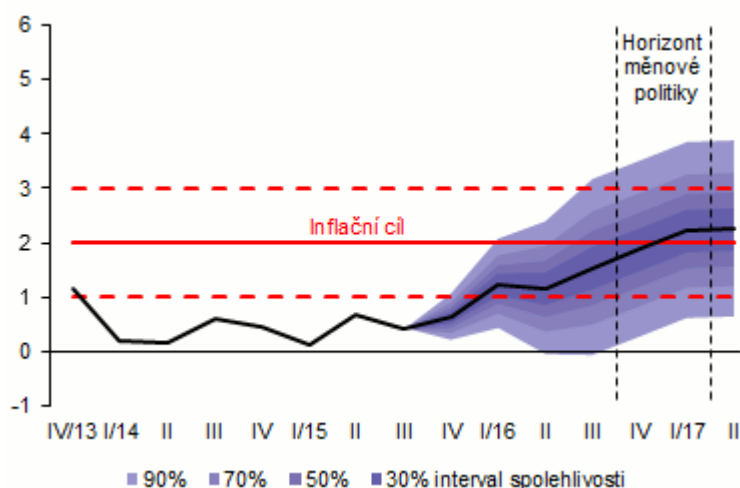
Vějířový graf zachycuje nejistotu budoucího vývoje měnově-politické inflace. Nejtmavší pásmo kolem středu prognózy odpovídá vývoji, který nastane s 30% pravděpodobností. Rozšiřující se pásma zobrazují postupně vývoj s pravděpodobnostmi 50 %, 70 % a 90 %.

Prognóza inflace ČNB

Tab. 3.3 Prognóza inflace na horizontu měnové politiky

Ukazatel	horizont	ve výši
meziroční přírůstek indexu spotřebitelských cen	4. čtvrtletí 2016	1,9 %
	1. čtvrtletí 2017	2,2 %

Zdroj: *Prognóza inflace na horizontu měnové politiky* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#inflation



Zdroj: *Prognóza inflace na horizontu měnové politiky* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#inflation

Vějířový graf zachycuje nejistotu budoucího vývoje inflace spotřebitelských cen. Nejtmavší pásmo kolem středu prognózy odpovídá vývoji, který nastane s 30% pravděpodobností. Rozšiřující se pásma zobrazují postupně vývoj s pravděpodobností 50 %, 70 % a 90 %.

Úroková míra

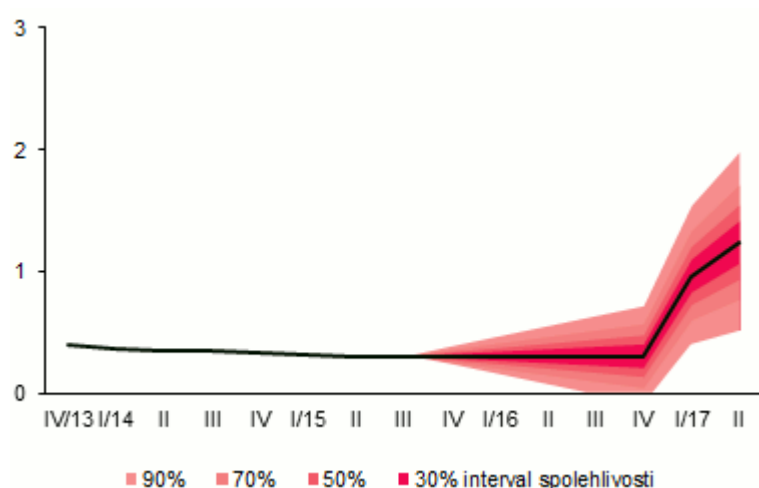
Pro zahájení činnosti budeme potřebovat podnikatelský úvěr na koupi zařízení velkoskladu a nový vozový park.

Nízká úroveň úrokové míry představuje příležitosti pro realizaci podnikových záměrů. Proto v aktuální době je výhodnější smluvit podnikatelský úvěr v co nejkratším čase s pevnou úrokovou sazbou (neměnný úrok). Jelikož sazby v prognóze od ČNB se razantně zvyšují, není výhodné otálet.

Tab. 3.4 Prognóza úrokových sazeb (3M PRIBOR)

Ukazatel	rok	ve výši
úrokové sazby 3M PRIBOR	2015	0,3 %
	2016	0,3 %
	2017	1,2 %

Zdroj: *Prognóza úrokových sazeb (3M PRIBOR)* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#PRIBOR



Zdroj: *Prognóza úrokových sazeb (3M PRIBOR)* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#PRIBOR

Vějířový graf zachycuje nejistotu budoucího vývoje úrokových sazeb. Nejtmavší pásmo kolem středu prognózy odpovídá vývoji, který nastane s 30% pravděpodobností. Rozšiřující se pásma zobrazují postupně vývoj s pravděpodobností 50 %, 70 % a 90 %.

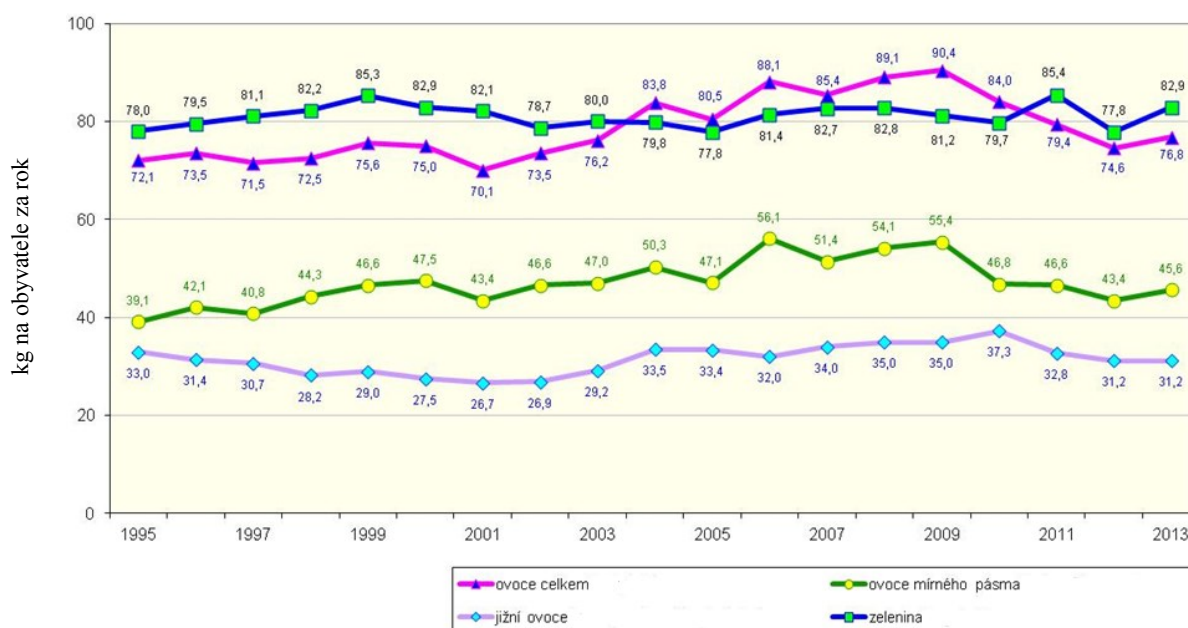
Sociální faktor

Při zkoumání tohoto faktoru je nutné si odpovědět na otázky související s demografickým vývojem, věkovým profilem, vzděláním, ale také s úrovní zdraví a poskytované zdravotní péče. Zjistíme tím, jaké jsou pracovní návyky obyvatelstva na cílovém trhu, co od nich můžeme očekávat a jaký vliv na výkon našeho podniku budou mít. Budeme-li se zabývat demografickým vývojem a jeho vlivy v Moravskoslezském kraji, budeme sledovat strukturu a počet obyvatel.

Mezi přednosti našeho regionu patří strategická poloha mezi Polskem a Slovenskem, což je pro naše budoucí podnikání výhodné z hlediska dovozu i vývozu zboží. V našem regionu se nachází větší počet stěžejných firem, jako jsou například ArcelorMittal, Hyundai, Třinecké železárny, Vítkovice, Brano a.s., se kterými bychom chtěli navázat spolupráci o odběru zboží v rámci celozávodního stravování. V současné době je situace s nezaměstnaností v Moravskoslezském kraji nepřívětivá. V budoucnu lze ještě očekávat další nárůst míry nezaměstnanosti z důvodu avizovaného ukončení činnosti významného zaměstnavatele OKD, a.s. Ostrava. Tato situace by způsobila pokles příjmů určité skupiny obyvatelstva a tím zřejmě i spotřebu cenově náročnějších druhů ovoce a zeleniny.

Trendem ve stravování je zdravý životní styl, který (dlouhodobě a v průměru) z 80 % ovlivňuje náš zdravotní stav. Pouze zbývajících 20 % je dáno všemi ostatními vlivy – zejména dědičností a zdravotnickou péčí. Zdravá výživa by měla být přiměřená, pestrá a vyvážená. Většina obyvatelstva nedodržuje doporučený příjem ovoce a zeleniny. Tento příjem má vliv na snížení rizika vzniku různých onemocnění. Vzhledem k tomuto trendu očekáváme nárůst spotřeby ovoce a zeleniny. (ČSÚ, 2014)

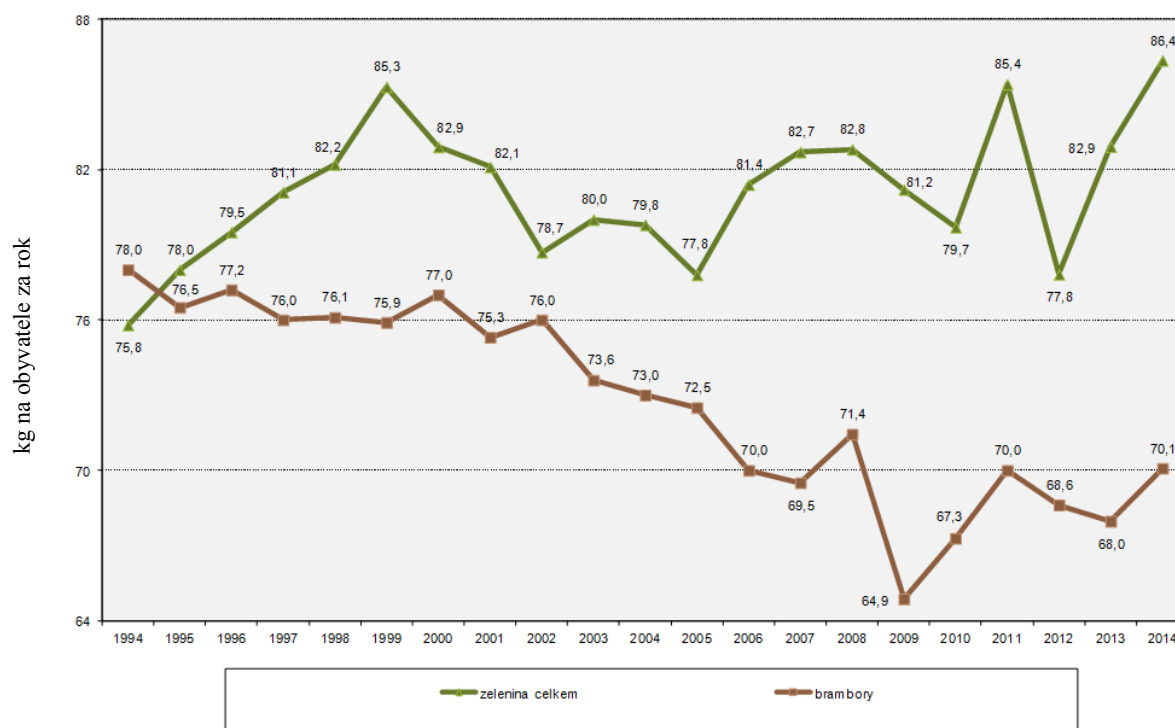
Graf 3.2 Spotřeba ovoce a zeleniny v hodnotě čerstvé (kg na obyvatele za rok)



Zdroj: *Spotřeba ovoce a zeleniny v hodnotě čerstvé (kg na obyvatele za rok)* [online]. 2013 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2013-de0e4yvg8q>

Z grafu vyplývá, že celková spotřeba ovoce a zeleniny na obyvatele za rok se od roku 1995 do současnosti výrazně nezměnila.

Graf 3.3 Spotřeba zeleniny v hodnotě čerstvé a brambor (kg na obyvatele za rok)



Zdroj: *Spotřeba zeleniny v hodnotě čerstvé a brambor (kg na obyvatele za rok)* [online]. 2014 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2014>

Z výše uvedeného grafu je možné vysledovat zajímavý trend v poklesu spotřeby brambor a současném nárůstu spotřeby ostatních druhů zeleniny od roku 1994 do současnosti. Tuto situaci je možné vysvětlit tím, že při stravování se dává přednost jiným druhům zeleniny, případně jiným druhům příloh nahrazujícím brambory.

Obyvatelstvo

V současné době žije v Ostravě přibližně 300 000 obyvatel. Z toho okolo 250 000 je v produktivním věku. Tento ukazatel je pro nás přijatelný, protože většina lidí v tomto věku je zaměstnaná a navštěvuje různá stravovací zařízení. Vzhledem k velkému počtu základních, středních a vysokých škol je zde rovněž velký počet strávníků. Za skvělou příležitostí pro náš podnikatelský plán můžeme považovat to, že je zde vysoká koncentrace obyvatelstva.

Z níže uvedené tabulky vyplývá, že dochází k postupné změně ve věkové struktuře obyvatelstva Moravskoslezského kraje. Věkové složení obyvatelstva v Moravskoslezském kraji nemá na plánovanou ekonomickou činnost podniku významný vliv. Předpoklad je, že nejpočetnější část

obyvatel v produktivním věku (15-65 let) bude využívat stravovací služby jak v zaměstnání, tak v restauracích. Naším záměrem je dále dodávat zboží do školních jídelen, do závodních jídelen, podniků, do restaurací, do domovů pro seniory a do nemocnic. Našími službami tak pokryjeme požadavky všech věkových kategorií.

Tab. 3.5 Podíl obyvatel (v%) podle základních věkových skupin v Moravskoslezském kraji

	2001	2008	2014
0-14 let	16,8	14,3	14,7
15-65 let	70,8	71,2	67,7
65 a více let	12,4	14,5	17,5

Zdroj: *Podíl obyvatel (v%) podle základních věkových skupin v Moravskoslezském kraji* [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xt/tiskova-konference-seniori-v-moravskoslezskem-kraji>

Technologický faktor

Technologie nám může pomoci v podnikání tím, že firmy a lidé kupující si technologické vymoženosti (notebooky, tablety, mobilní telefony, apod.), tráví více času využíváním zmíněných zařízení. Tyto technologie pomáhají v tom, že lidé si najdou příslušné informace o nabídnutých a poskytovaných službách přímo na sociálních sítích nebo na internetu a mohou se stát našimi odběrateli. Pomocí těchto zařízení si můžeme své odběratele a dodavatele najít také my.

Ekologický faktor

Kvůli svým specifickým vlastnostem a různému riziku ohrožení životního prostředí vyžaduje každý tok odpadů specifické nakládání. Základní pravidla pro nakládání s odpady jsou stanovena zákonem č. 185/2001 Sb., o odpadech v aktuálním znění. Ekologický faktor se v naší firmě bude dotýkat hlavně výměny oleje v nákladních motorových vozidlech, při manipulaci s mechanizačními prostředky, výměny zářivek ve skladovací hale. Zásadní problém u našeho druhu podnikání s ovocem a zeleninou vznikne tehdy, pošle-li dodavatel zboží nekvalitní, nahnílé. V tomto případě je nutné udělat kvalitativní přejímku zboží a jeho následné vytrídění. Nahnílé zboží musí být skladováno odděleně ve zvláštních nádobách a připravené k ekologické likvidaci. Odbor ochrany životního prostředí poskytuje informace podle zákona č. 123/1998 Sb., o právu na informace o životním prostředí v aktuálním znění.

Shrnutí PESTE analýzy

Vzhledem k tomu, že na trhu vznikne nová firma, je nutné se zabývat jednotlivými faktory a údaji získané z PESTE analýzy, které mohou být pro vznikající firmu přínosem na začátku podnikání. Nejméně podstatný je faktor politický, ekologický a technologický. Ukazatele ekonomického faktoru (míra inflace, úroková míra, HDP) jsou stabilní a pro naši podnikatelskou činnost nemají významný vliv. Mezi nejdůležitější faktory, které ovlivní vznikající podnik, zařadíme v tomto případě sociální faktor. Problém vidíme v poklesu koupěschopnosti obyvatelstva v případě výrazného nárůstu nezaměstnanosti v Moravskoslezském kraji z důvodu ukončení činnosti významného zaměstnavatele OKD a.s. Ostrava.

3.2 Mezzoprostředí

Jedním z cílů podniku je uspokojit potřeby a přání určitého okruhu zákazníků efektivním způsobem. Aby své cíle mohl podnik uskutečnit, spolupracuje s řadou jiných subjektů. Subjekty tvoří jeho mezzoprostředí, ve kterém podnik funguje a kterým je podnik ovlivňován. Mezi ně patří především dodavatelé, zprostředkovatelé, distributoři, finanční instituce, distributoři, zákazníci, ostatní veřejnost, konkurenční firmy aj.

3.2.1 Analýza odvětví

Velkoobchod se zaměřuje převážně na zprostředkovatelskou činnost mezi sférou výroby a prodeje. Zabezpečuje dodávky maloobchodníkům, kteří toto zboží dále prodávají konečným spotřebitelům, se kterými tak bezprostředně přicházejí do kontaktu.

Po roce 1990 došlo k transformaci velkoobchodu ve státních podnicích především velkou privatizací. Některé skladové objekty byly součástí restitucí. Privatizací a vznikem nových velkoobchodních subjektů se velkoobchod po roce 1990 značně rozčlenil. Zatímco před rokem 1990 byla převážná část velkoobchodní činnosti realizována několika desítkami státních podniků, bylo ke konci roku 1999 několik desítek tisíc právnických osob provádějících ve většině případů velkoobchodní činnost a zprostředkování. Dále vznikly akciové společnosti, družstva a také fyzické osoby nezapsané v obchodním rejstříku.

V současnosti do odvětví velkoobchodu s ovocem a zeleninou není náročné vstoupit. Budoucí podnikatel si musí být nejprve vědom vysokých prvotních nákladů, které zahrnují vybavení skladových prostor, vybavení počítačové techniky a investice do vozového parku. Do nákladů je nutné také zahrnout mzdové náklady, nájemné a další režijní náklady. Trh s poskytováním služeb v oblasti

ovoce a zeleniny se úspěšně rozvíjí, protože stále více lidí dbá na zdravý životní styl, který se v poslední době stal velkým fenoménem.

3.2.2 Konkurence

Každý podnikatel si musí uvědomit, že vedle zákazníka a jeho podniku bude na trhu také konkurence, se kterou je nutné počítat. Často se chybí v tom, že se zapomíná i na potenciální konkurenci. Také nesmíme zapomenout, že na prvním místě stojí vždy především dokonalá znalost potřeb zákazníků. Bez znalosti zákazníka a jeho potřeb nelze smysluplně ani efektivně rozbor na trhu konkurence provádět. Mezi naši největší konkurenci řadíme následující společnosti.

V Ostravě se nachází větší množství velkoskladů s ovocem a zeleninou. Nejbližšími konkurenty jsou například Hruška, spol. s r.o., Hortim-International, spol. s r.o., KARO Hlučín s.r.o. Tyto firmy působí na trhu již delší dobu, proto mají výhodu oproti nám, začínající firmě. Svým odběratelům poskytují různé slevy, akční balíčky a jiné bonusy. Tímto si své odběratelé snaží udržet, a proto budeme mít na začátku podnikání nesnadnou pozici. Výhodou ale pro nás může být mladý, dynamický kolektiv, který se nebojí novinek a inovací, bude se chtít na trhu prosadit a udělá pro to maximum.

Údaje o možných konkurenčních firmách jsme zjistili zejména z internetových stránek níže uvedených společností, případně ze sbírky listin obchodního rejstříku. Telefonicky jsme se dotazovali náhodně vybraných velkoobdoběratelů (školní jídelny, domovy pro seniory a jiná stravovací zařízení) na jejich zkušenosti se současnými dodavateli zboží.

Hruška, spol. s r.o.

Hruška, spol. s r.o., Ostrava-Martinov provozuje tři velkoobchodní sklady ovoce, zeleniny, potravin, drogerie a 455 maloobchodních prodejen. Jedná se o jednu z největších potravinářských firem v České republice, jejímž prioritním úkolem je zásobovat vlastní maloobchodní prodejny. Tato situace je příznivá pro naše podnikání, a to proto, že firma Hruška díky své vytíženosti nezvládá obsadit další místa na trhu. Společnost Hruška se může pyšnit milionovými obraty. Nabízí pravidelné letákové slevy, a také pořádá soutěže pro zákazníky. Za dobu působnosti na trhu od roku 1991 si firma dokázala vybudovat své jméno a pozici na trhu. U zákazníků je oblíbená.

Nevýhodou pro nás je, že se tato konkurenční firma nachází v nedalekém okolí.

Hortim-International, spol. s r. o.

Jako další naši velkou konkurenci vnímáme firmu Hortim. Jejich portfolio zákazníků je pestré a rozsáhlé. Poskytují zboží a služby nadnárodním řetězcům, místním velkoskladům, hotelům,

restauracím, stravovacím zařízením a školám po celé České republice a na Slovensku. Tato společnost má dlouholetou působnost na českém a slovenském trhu.

Hortim nabízí komplexní logistické služby dle požadavků zákazníka. Jejich silnou stránkou je především stálá teplota při transportu a skladování, dále flexibilita, rychlost a šetrnost při manipulaci se zbožím. Logistika s ovocem a zeleninou je především o zajištění optimálních podmínek, jež ovoce a zelenina vyžaduje. Mají několikaleté zkušenosti s obchodováním s ovocem a zeleninou. Důležitou součástí jejich služeb je rozvoz čerstvého zboží do restaurací a hotelů. Mají pobočky v městech Brno, Karlovy Vary a v Ostravě, kde nabízejí i prodejnu Cash and Carry. Naše ohrožení vnímáme v tom, že tato firma má velkosklad opět v těsné blízkosti našeho podniku a jejich cílová skupina v poskytování služeb je totožná s naší.

KARO Hlučín s.r.o.

Firma KARO působí na českém trhu od roku 1991. Oborem její činnosti je velkoobchod s ovocem a zeleninou. Dováží zboží ze všech míst světa podle požadavků svých zákazníků.

Její sklad nabízí celý sortiment ovoce a zeleniny. Například kořenovou zeleninu, brambory, banány, citrusy, exotické ovoce z celého světa i suché plody.

Specializují se pak na dodávky kvalitních českých i dovozových odrůd brambor. V nabídce mají rovněž balené brambory a vakuově balené loupané brambory. Konkurenci vidíme v tom, že se tato firma specializuje na podobný sortiment zboží a poskytovaných služeb. Působí opět nedaleko našeho místa podnikání.

Má vlastní vozový park, který zajišťuje pravidelnou distribuci čerstvého zboží koncovým zákazníkům. Jejich výhodou jsou vlastní skladovací prostory o rozloze 1200 m².

3.2.3 Zákazníci

Nejdůležitější je pro náš podnik spokojený zákazník, a proto bychom se chtěli zaměřit na jeho maximální spokojenost. Dáváme přednost ovoci a zelenině od místních dodavatelů proto, abychom v první řadě podporovali české producenty. Zákazník by měl mít také o nabízeném produktu maximum informací, aby se k nám pravidelně vracel.

Na našich webových stránkách si může zákazník přečíst všechny nejnovější informace o naší široké nabídce produktů, které ovoce a zelenina je sezónní, kterému ovoci je nejlepší se vyhnout v určitých obdobích roku, a proč došlo ke změně ceny pro daný konkrétní produkt.

Na český a slovenský trh chceme dodávat kompletní sortiment čerstvého ovoce a zeleniny. Požadavky odběratelů respektujeme i širokou nabídkou exotického ovoce a zeleniny.

Mezi nejdůležitější kategorie sortimentu naší společnosti patří brambory, zelí, květák, saláty, česnek, cibule, rajčata, papriky, okurky a veškerá kořenová zelenina, jablka, hrušky a ostatní ovoce. Kompletní nabídka ale zahrnuje celou škálu sortimentu ovoce a zeleniny včetně tropického ovoce, čerstvých bylinek, hub či suchých plodů. Konkrétním potřebám individuálních zákazníků se nabídka dokáže přizpůsobit například velikostí balení prostřednictvím vlastních balících linek, speciální požadavky zákazníků lze řešit individuální objednávkou.

Z analýzy budoucích zákazníků vyplývá, že odběratele lze rozdělit do těchto skupin:

- jiné velkosklady ovoce a zeleniny,
- fyzické osoby podnikající jako osoby samostatně výdělečně činné, které provádějí nákup a prodej,
- velkoodběratelé typu školní jídelny, domovy pro seniory, restaurace, závodní jídelny a ostatní typy stravovacích zařízení,
- maloobchodní řetězce – u tohoto typu odběratele je složité navázání spolupráce, neboť již mají své centrální velkoobchodní sklady (např. Kaufland, COOP apod.).

Ve struktuře zákazníků nepočítáme s drobným maloobchodním prodejem.

3.2.4 Dodavatelé

Na trhu dodavatelů ovoce a zeleniny je velká konkurence. Jako odběratelé jsme schopni si vybrat z velkého množství prodávajících, v závislosti na našich potřebách. Dodavatelé nabízejí množstevní slevy, dopravu zdarma a další výhody. Kupující není závislý na jednom prodávajícím a velmi lehce ho může změnit. Kritéria výběru: cena, kvalita, rychlost dodání, flexibilita, spolehlivost.

Naši potencionální dodavatelé:

- prvopěstitelé ovoce a zeleniny z České republiky (Beskyd Fryčovice a.s., Bramko, s.r.o., ZP Otice a.s., Zelenina Malé Hoštice a.s., CZ Fruit odbytové družstvo),
- renomované velkoobchody s ovocem a zeleninou (Čerofrucht s.r.o. Brno, VVISS a.s. Český Těšín, TEKOO spol. s r.o. Uherský Brod),
- zahraniční pěstitelé ovoce a zeleniny (FH LAMA Krakow - Polsko, Amplus Krakow - Polsko, Agrosar Igołomia - Polsko, Zelonax s.r.o. Kolárovo - Slovensko),
- zahraniční dovozci ovoce a zeleniny (Anecoop Španělsko, Vita-zel company spol. s r.o. Marcelová - Slovensko).

Graf 3.4 Spotřeba ovoce a zeleniny (kg na obyvatele)



Zdroj: *Spotřeba ovoce a zeleniny (kg na obyvatele)* [online]. 2013 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/zemdelstvi/cesti-pestitele-ovoce-a-zeleniny-upadaji-dovozy-atakuji-rekordy-955691>

Při dovozu zboží ze zahraničí, je třeba připravit se na dovozní operace a následnou realizaci. Měli bychom jasně formulovat požadavky na dovoz, jako jsou – kvalita zboží, množství zboží, maximální cena, čas plnění. Pokud budeme mít zboží nakoupeno v nečlenské zemi (mimo EU), musíme prověřit předpisy upravující dovoz daného zboží do EU.

Informace o zahraničních dodavatelích lze získat na výstavách, veletrzích, v odborném tisku, na internetu nebo u různých institucí. Významné jsou pro nás informace o spolehlivosti dodavatele a jeho ekonomické síle.

Poptávku zašleme vybranému okruhu dodavatelů z různých zemí. V poptávce uvedeme základní charakteristiku ovoce a zeleniny, dodací a platební podmínky.

Po obdržení nabídek provedeme jejich vyhodnocení. Srovnáme je jak po stránce technické, tak i ekonomické. Na základě cen uvedených v nabídkách vypracujeme předběžnou dovozní kalkulaci. Nejvhodnější nabídku vybereme a podle ní vypracujeme objednávku.

Při realizaci tohoto dovozu uzavřeme kupní smlouvu, která musí být v souladu s předpisy EU a měla by obsahovat osvědčení o původu zboží a další certifikáty, které EU vyžaduje. Pokud budou dodrženy veškeré předpisy, může dojít k převzetí dodávky zboží.

Placení probíhá podle sjednaných platebních podmínek.

3.2.5 Shrnutí mezzoprostředí

Trh je celek, který se neustále mění. Všichni se snažíme být lepší než konkurence. Výše zmíněné konkurenční podniky již delší dobu podnikají v této oblasti. Svým zákazníkům poskytují určité bonusy a výhodné ceny, ale přesto si myslíme, že by náš podnik v této konkurenci mohl uspět.

Naše služby budou zaměřeny na cílového zákazníka, kterého si budeme snažit získat a udržet si ho pestrou a kvalitní nabídkou služeb, příznivými cenami, sponzorskými aktivitami aj.

Je vhodné uzavírat dlouhodobé kontrakty s více dodavatelskými firmami a tak snižovat možná rizika (finanční úpadek, zvýšení cen, zpoždění dodávek). Podnikový marketing musí sledovat vlivy působící ze strany dodavatelů. Zejména cenu, kvalitu, spolehlivost dodavatele a další podmínky spojené s dodávkami. Podcenění těchto vlivů může mít dalekosáhlé následky pro podnik, a proto při výběru našich dodavatelů budeme velmi obezřetní.

3.3 Mikroprostředí

Mikroprostředí zahrnuje faktory, které může podnik do jisté míry využít, a které ovlivňují možnost podniku dosáhnout své hlavní funkce – uspokojení potřeb zákazníků. Při zpracování podnikatelského plánu hraje hlavní roli organizační struktura podniku, kde je předpokladem vzájemná dobrá komunikace a spolupráce. Další důležitou funkcí v mikroprostředí představuje vedení, financování, marketingový plán, sestavení různých analýz aj. Plnění každé z funkcí přispívá k dobré orientaci podniku na trhu a zákazníka.

Cíle SMART

Priorita cílů – pojem, který naznačuje, že v daný čas je dosažení některého cíle důležitější než dosažení cílů ostatních.

Obecně lze charakterizovat dobře zaměřený obsah cílů zkratkou SMART, což znamená:

S = specifickým cílem všech pracovníků podniku bude snaha zajistit tak vysokou prodejnost, aby došlo ke zvýšení meziročního zisku o 25% a zároveň byla dodržena kvalita zboží na vysoké úrovni.

M = měřitelným cílem bude každoroční sledování a porovnávání výsledku hospodaření dle výkazu zisku a ztrát. Dalším měřítkem a to měřítkem kvality bude pravidelné dotazování zákazníků na kvalitu našich služeb a zboží, a také porovnání se s konkurencí.

A = zaměstnanci, kteří pracují v podniku, se ztotožňují s cíli společnosti a tím akceptují potřebné kroky k dosažení cílů, které určil manažer podniku.

R = aby byl cíl splnitelný – realistický, musí umět manažer odhadnout, který cíl stanovuje, je také třeba počítat, že pro dosažení našeho cíle bude muset podnik investovat. V našem případě přichází v úvahu nákup balící linky a dalších potřebných zařízení nutných k realizaci cílů podniku.

T = termínované, to znamená, že čas a přesnost hraje důležitou roli v podniku a to jak na straně dodavatelů (plnění termínu dodávek zboží), tak na straně odběratelů (kteří chtějí mít své zboží včas). Manažer bude provádět průběžné kontroly včasnosti dodávek a pravidelné kontroly, zda dochází ke zvýšení nebo snížení prodeje zboží. Do dvou let chceme mít 25 % meziročního zisku.

3.3.1 Personální plán

Největším bohatstvím každého podniku jsou jeho zaměstnanci, je nutné se o ně velmi dobře starat. Tuto důležitou činnost v podnicích provádí personalista, ale v našem malém podniku tuto činnost bude provádět autor, jako majitel podniku.

Pro provoz našeho velkoskladu se předpokládá, že bude potřeba zaměstnat pět stálých zaměstnanců. Jedná se o majitele firmy, účetní, vedoucího skladu, skladníka – řidiče, řidiče. Všichni tito zaměstnanci budou pracovat na HPP. Zaměstnance na pozici účetní firmy bude vybrán na základě doporučení nebo na základě řádného výběrového řízení, vzhledem k tomu, že tuto pozici by měla vykonávat zodpovědná osoba ekonomického vzdělání. Při výběru zaměstnanců se obrátíme na evidenci nezaměstnaných na Úřadu práce v Ostravě. Je nám známo, že tento výběr může mít pro nás své výhody. Jednou z nich je skutečnost, že když je vybrán uchazeč o zaměstnání, který je na ÚP evidován, dostane firma dotaci ve výši 14 000 Kč po dobu šesti měsíců. Tato nabídka je pro naši začínající firmu velmi zajímavá, neboť ušetříme na mzdových nákladech. Podmínkou tohoto přijetí je, že uchazeč musí dostat smlouvu na dobu neurčitou.

S každým zaměstnancem bude při přijetí do zaměstnání sepsána pracovní smlouva obsahující všechny povinné i vedlejší náležitosti. Při nástupu do zaměstnání budou všichni zaměstnanci proškolení na BOZP, PO a budou seznámeni s organizačním řádem. Do sedmi dnů bude každý zaměstnanec přihlášen na ZP a SP. Při výběru zaměstnanců nebudeme klást důraz na věk či pohlaví. Pro nás bude prioritou loajalita k firmě, vysoké pracovní nasazení a řádné plnění pracovních povinností.

V případě potřeby budeme přijímat i brigádníky, hlavně studenty, které budeme zaměstnávat na DPP a DPČ. Po prostudování těchto dvou dohod jsme zjistili, že je pro nás i pro krátkodobé brigádníky výhodnější DPP, především proto, že do výdělku 10 000 Kč nevzniká pro podnik povinnost platit SP a ZP, pokud je mzda 10 001 a více Kč, pak se musí platit sociální a zdravotní pojištění. Povinností je v každém případě uhradit 15% daň z příjmů. Dohoda může být uzavřena v maximálním rozsahu 300 hodin ročně u jednoho zaměstnavatele.

Kdybychom zvolili DPČ, pak tato dohoda nesmí svým rozsahem převýšit v průměru polovinu stanovené týdenní pracovní doby (max. 20 hodin týdně) a nevýhodou je, že vzniká povinnost uhradit SP a ZP a daň z příjmů 15 %, což jsou zvýšené náklady pro podnik. Obě tyto smlouvy musí být sepsány písemně, ústní dohoda je neplatná.

Mzdové náklady

S ohledem na to, že se jedná o nově vzniklý a začínající podnik, budou mzdy zaměstnanců stanoveny v nižším ohodnocení, a to ve všech případech ve výši 15 000 Kč. Celkové osobní náklady

včetně sociálního a zdravotního pojištění tak budou v prvním roce činnosti za všechny zaměstnance činit 1 200 000 Kč. V případě, že bude vykázán vyšší zisk, je možné zaměstnancům poskytnout odměnu v závislosti na výši výsledku hospodaření. Tato odměna by byla stanovena v závislosti na stupni řízení.

Tab. 3.6 Výpočet mzdy

Mzdový list: 1. 1. 2016 do 31. 1. 2016

Jméno: XY, bydliště: XY

Rodné číslo: 123456/1234

Měsíc	Hrubá mzda	ZP 9%	SP 25%	Zdanit. Mzda	Zaokr. zd.mzda	Daň po slevách	ZP 4,5%	SP 6,5%	Částka k výplatě
1/2016	15 000	1350	3750	20 100	20 100	945	675	975	12 405

Poznámka: Zaměstnanec uplatňuje pouze slevu na poplatníka

Zdroj: vlastní zpracování

Daň z příjmů

Při podepsání smlouvy na HPP zaměstnanec zároveň podepíše prohlášení k dani z příjmů a zaměstnavatel je povinen vypočítat zálohu na daň z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti a tuto daň za zaměstnance odvést. Pokud zaměstnanec prohlášení nepodepíše, zaměstnavatel odvádí daň finančnímu úřadu formou srážky. Daň z příjmů fyzických osob činí 15 %. Za celou společnost pak budeme odvádět daň z příjmů právnických osob, která činí 19 %.

Zákonné pojištění SP + ZP

Sociální pojištění

Naši povinností bude odvádět za své zaměstnance sociální pojištění, které zahrnuje pojistné na nemocenské pojištění, pojistné na důchodové pojištění a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti. Sazba sociálního pojištění, které je sraženo zaměstnanci z jeho hrubé mzdy, je 6,5 %. Pojištění se odvádí měsíčně.

Zdravotní pojištění

Další povinností zaměstnavatele je odvádět za zaměstnance zdravotní pojištění. Sazba zdravotního pojištění je 4,5 % a touto sazbou je pojistné rovněž sraženo zaměstnanci z jeho hrubé mzdy. Pojištění se odvádí měsíčně.

Nejen, že zaměstnanci platí ze své mzdy SP a ZP, ale také zaměstnavatel platí tzv. pojistné podniku (SP a ZP), které se skládá z 25 % SP a 9 % ZP. Celkem podnik odvádí 34 %. Čím vyšší mzdy

mají zaměstnanci, tím vyšší je pojistné podniku, které může být velkým finančním nákladem pro podnik.

Zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele

Ze zákona je zaměstnavatel povinen přihlásit se, pokud zaměstnává alespoň jednoho zaměstnance, k zákonnému pojištění pro případ své odpovědnosti za škodu způsobenou zaměstnanci, při pracovním úrazu nebo nemoci z povolání. Zákonné pojištění se vztahuje na všechny zaměstnavatele, a to bez ohledu na počet zaměstnanců. Toto zákonné pojištění se nevztahuje na zaměstnavatele, kteří mají podle zákona postavení státního orgánu.

Po našich zaměstnancích budeme požadovat, aby se připojistili u některé z vybraných pojišťoven proti škodám jimi způsobenými.

3.3.2 Finanční plán

Finanční plán má podnikateli ukázat, jak se bude vyvíjet finanční situace organizace v případě, že bude dosahovat všech plánovaných cílů. Před založením společnosti je nezbytné provést odhad finančních prostředků, které budou potřeba, a také určit zdroje jejich krytí. Tento plán by měl být omezen na podstatné údaje, na plánovací období, v rozmezí tří až pěti let. Zavedené organizace by měly za stejné období rovněž předložit rozvahu a výkaz zisku a ztrát. Shrnutí výpočtu je třeba vložit do přehledných tabulek. Vedlejší výpočty, které nejsou součástí plánu, by měly být k dispozici k nahlédnutí. Výsledkem by mělo být prokázání reálnosti podnikatelského plánu z ekonomického hlediska.

Předpokládáme, že společnost bude zaregistrovaná jako plátce daně z přidané hodnoty, a to hned od počátku své činnosti. Při překročení obrátu 1 000 000 Kč by se stala plátcem daně z přidané hodnoty na základě zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů. Z důvodu administrativního zjednodušení požádáme finanční úřad o registraci k dani z přidané hodnoty od počátku činnosti. Dodání zboží bude podléhat snížené sazbě daně ve výši 15%. Při pořízení zboží a jiných přijatých zdanitelných plnění budeme uplatňovat nárok na odpočet daně. Přiznání k dani z přidané hodnoty a související kontrolní hlášení budeme odevzdávat finančnímu úřadu pravidelně do 25. dne v měsíci.

Údaje ve všech tabulkách v této bakalářské práci jsou uvedeny bez daně z přidané hodnoty. Očekávaný odvod daně z přidané hodnoty ke dni 31. 12. je v rozvaze zahrnut v celkové částce krátkodobých závazků.

Od roku 2014, kdy vešel v platnost nový Zákon o obchodních korporacích, může být základní kapitál jen ve výši jedné koruny. I přesto jsme se rozhodli vložit do naší společnosti základní kapitál

ve výši 300 000 Kč, dále budou na firemní účet vloženy disponibilní finanční prostředky podnikatele v částce 280 000 Kč.

Zřizovací výdaje

Zřizovací výdaje jsou vstupní náklady, které byly vynaloženy se založením podniku, vybavením kanceláře a uvedením podniku do provozu. Tyto náklady jsou pro přehlednost uvedeny v následující tabulce.

Tab. 3.7 Počáteční vstupní výdaje společnosti s r. o.

Počáteční vstupní výdaje na založení podniku	částka v Kč
Poplatky za zápis do OR	6 000
Poplatky za výpis z rejstříku trestu	100
Sepsání zakladatelské listiny u notáře	3 500
Poplatky za ověřování listin a ověřování podpisů	150
Tvorba webových stránek	13 000
Propagační materiál	5 000
Vizitky, razítka	4 000
Celkové počáteční vstupní výdaje	31 750

Zdroj: vlastní zpracování

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že největší vstupní náklady budou vynaloženy na poplatky související se založením podniku. Určitá částka ve výši přibližně 5 000 Kč bude zpočátku vynaložená na reklamu, neboť ta je velmi důležitá, aby se firma dostala do podvědomí potenciálních zákazníků. Jednou z dalších větších částek jsou také náklady na tvorbu a udržování webových stránek, bez kterých se v dnešní době neobejdeme. Webové stránky nám umožňují lepší komunikaci se zákazníky a zároveň prezentují naši firmu.

Výdaje na pořízení dlouhodobého majetku

Kromě oběžného majetku je i neméně důležitý dlouhodobý majetek pro zajištění chodu firmy, a proto bychom s ním měli počítat při počáteční kalkulaci. Do počátečních investičních výdajů je nezbytné zahrnout nákup dlouhodobého majetku, jako jsou nákladní automobily, vysokozdvizný vozík, nízkozdvizné vozíky, digitální váha, balicí linka, obaly, které budou pokryty z provozního úvěru. Jak jsme již uvedli v počáteční rozvaze, byl částečně hmotný drobný majetek pořízen převodem z osobního vlastnictví. I přesto je nutné zakoupit další notebooky a s tím související software.

Nedílnou součástí vybavení zaměstnanců pro komunikaci s vedením podniku a ostatními spolupracovníky jsou mobilní telefony, které je rovněž nutno pořídit.

Tab. 3.8 Počáteční investiční výdaje na pořízení DM

Počáteční investiční výdaje	Částka v Kč
Nákladní automobily	800 000
Vysokozdvíhový vozík	200 000
Nízkozdvíhové vozíky	10 000
Digitální váha	30 000
Obaly	20 000
Notebook + software	38 000
Mobilní telefony	15 000
Celkové počáteční investiční výdaje	1 113 000

Zdroj: vlastní zpracování

Celková výše vstupních investičních výdajů, kterou jsme zjistili, činí 1 144 750 Kč a skládá se ze vstupních výdajů, které činí 31 750 Kč a z počátečních investičních výdajů na pořízení DM ve výši 1 113 000 Kč. Celkové vstupní výdaje budou pokryty z provozního úvěru a ze základního kapitálu.

Rozdělení nákladů

Fixní náklady – výše těchto nákladů není závislá na objemu produkce v uvažovaném období. Příkladem fixních nákladů je pronájem budovy, odpisy dlouhodobého majetku a podobně.

Variabilní náklady – výše těchto nákladů se mění v bezprostřední závislosti na množství výkonů, jsou tedy náklady opakovaně vkládanými. Příkladem těchto nákladů jsou mzdové náklady, spotřebované pohonné hmoty, nákup zboží.

Tab. 3.9 Rozdělení fixních nákladů v prvním roce podnikání

Fixní náklady	Kč
Odpisy dlouhodobého majetku	100 000
Nájem budovy	360 000
Energie	200 000
Reklama	10 000
Pořízení drobného majetku	50 000
Náklady na opravy a udržování majetku	50 000
Finanční náklady	120 000
Celkem fixní náklady	890 000

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 3.10 Rozdělení variabilních nákladů v prvním roce podnikání

Variabilní náklady	Kč
Mzdové náklady	900 000
Náklady na sociální a zdravotní pojištění	300 000
Nákup zboží	7 800 000
Spotřeba pohonných hmot	200 000
Kancelářské potřeby	10 000
Celkem variabilní náklady	9 210 000

Zdroj: vlastní zpracování

Předpoklad tržeb

Výnosy budou založeny na tržbách z prodeje zboží. V prvním roce činnosti předpokládáme dosažení tržeb ve výši 10 mil Kč, a to vzhledem k předpokládanému okruhu odběratelů. Očekáváme, že zejména u velkoodběratelů (školní jídelny, nemocnice, domovy důchodců, restaurace a podobná stravovací zařízení) bude docházet k pravidelnému odběru zboží ve významných hodnotách. Předpokládáme, že v následujících letech se bude částka tržeb zvyšovat v závislosti na získání dalších odběratelů a dojde k stabilizaci podniku v tomto odvětví. Očekáváme, že tržby za rok 2017 budou činit 12 mil Kč a za rok 2018 budou činit 15 mil Kč.

Sestavení účetních výkazů

Finanční výkazy jsou sestaveny pro období 1. 1. 2016 až 31. 12. 2016, 1. 1. 2017 až 31. 12. 2017, 1. 1. 2018 až 31. 12. 2018. Abychom měli přehled o vývoji našeho podniku, zabýváme se zde hlavně prvními třemi roky provozu.

Tab. 3.11 Plánovaná rozvaha

Aktiva		1. 1. 2016	1. 1. 2017	1. 1. 2018	1. 1. 2019
	AKTIVA CELKEM	580	1 705	1 715	1995
A.	Pohledávky za upsaný ZK	0	0	0	0
B.	Dlouhodobý majetek	0	800	780	530
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	0	800	780	530
C.	Oběžný majetek	580	905	935	1 465
C. I.	Zásoby	0	200	300	400
C. III.	Krátkodobé pohledávky	0	200	250	300
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	580	505	385	765
Pasiva		1. 1. 2016	1. 1. 2017	1. 1. 2018	1. 1. 2019
	PASIVA CELKEM	580	1 705	1 715	1 995
A.	Vlastní kapitál	580	605	665	995
A. I.	Základní kapitál	300	300	300	300
A. II.	Kapitálové fondy	280	280	280	280
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	0	0	25	85
A. V.	Výsledek hospodaření běžného úč.obd.	0	25	60	330
B.	Cizí zdroje	0	1 100	1 050	1 000
B. III.	Krátkodobé závazky	0	200	250	300
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	0	900	800	700

Zdroj: vlastní zpracování

Celkové znění zahajovací rozvahy je zachyceno v příloze č. 1, ve které uvádíme finanční hodnotu aktiv a pasiv ke dni vzniku společnosti. Základní kapitál, který je v hodnotě 300 000 Kč, byl jednorázově splacen a tato částka je uvedena a zapsána v obchodním rejstříku. Dále zde byly vloženy finanční prostředky, které jsou v pasivech na účtu kapitálových fondů ve výši 280 000 Kč. Na straně aktiv v krátkodobém finančním majetku je tato částka v hodnotě 580 000 Kč. Balance aktiv a pasiv se rovná částce 580 000 Kč. Těchto prostředků bude použito částečně na nákup provozního vybavení a na nákup zboží.

V tabulce č. 2 uvádíme, jak se nám změnila rozvaha ke dni 31. 12. 2016, tj. za první rok podnikání. Z tabulky lze vyčíst, že za první rok podnikání předpokládáme výsledek hospodaření za běžné účetní období 25 000 Kč.

Z tabulky v příloze č. 3 vyplývá, že za rok 2017 předpokládáme vyšší výsledek hospodaření než v roce 2016, a to z 25 000 Kč na 60 000 Kč. Cizí zdroje zůstaly přibližně ve stejné výši a vlastní kapitál se zvýšil o 60 000 Kč. V aktivech nám přibyl dlouhodobý hmotný majetek (balicí linka) v hodnotě 300 000 Kč. V oběžném majetku se nám navýšila hodnota zásob a vzrostly pohledávky. Za tento rok byla výše opravek 320 000 Kč. Dle našich výpočtů i v tomto roce budeme vykazovat zisk.

Dle našich předpokladů v roce 2018 očekáváme daleko vyšší výsledek hospodaření než v předchozích letech, a to proto, že nebudeme nakupovat žádný dlouhodobý majetek a předpokládáme

nárůst tržeb. Ve srovnání s rokem 2016 a 2017 bude rok 2018 nejvýnosnější. Tabulka této rozvahy je uvedena v příloze č. 4.

V prvním roce podnikání si budeme muset vzít podnikatelský úvěr v hodnotě 1 000 000 Kč, úroková sazba 10,5 %, doba – roky 7, doba – měsíce 84. Banka poskytuje běžně úvěr právnickým osobám, které podnikají minimálně jeden rok (po předložení daňového přiznání k dani z příjmů právnických osob). Kromě toho poskytuje úvěr i právnickým osobám, které nesplní uvedenou podmínku doby podnikání, ale pouze za předpokladu, že úvěr je zajištěn nemovitým majetkem. Majitel podniku má ve vlastnictví nemovitý majetek (vlastní rodinný dům), který bude použit pro zajištění bankovního úvěru ve výši 1 000 000 Kč.

Dle splátkového kalendáře budeme splácet cca 200 000 Kč ročně (tuto částku jsme zaokrouhlili pro lepší přehlednost a lepší orientaci ve výpočtech). V prvním roce se bude tato částka skládat ze splátky jistiny ve výši cca 100 000 Kč a ze splátek úroků rovněž ve výši 100 000 Kč. V dalším roce budou splátky jistiny činit 110 000 Kč a splátky úroků cca 90 000 Kč. V následujícím roce budou splátky jistiny činit cca 120 000 Kč a splátky úroků cca 80 000 Kč. Obdobným způsobem se bude měnit poměr splátek úroků a jistiny až do splacení celé půjčky v roce 2022. Roční procentní sazba nákladů (RPSN) se rovná výši úroků z úvěru, jiné náklady spojené s poskytnutím úvěru nejsou žádné. Podrobný přehled splátek úvěru je uveden v příloze č. 5.

Za tuto částku jsme pořídili dlouhodobý majetek ve výši 900 000 Kč. V průběhu tohoto roku předpokládáme tržby, které budou mít narůstající tendenci. Z těchto tržeb budeme pořizovat zásoby, které budeme následně prodávat za hotové nebo na fakturu. Dle našich výpočtů předpokládáme za tento rok vytvoření výsledku hospodaření ve výši 25 000 Kč.

V této práci jsme si zvolili výpočet daňových odpisů rovnoměrným (lineárním) způsobem. Náš dlouhodobý majetek je zařazen do druhé odpisové skupiny, tudíž ho budeme odpisovat pět let. Odpisy se dostávají během let do nákladů rovnoměrně. Odpisové sazby jsou přiřazeny tabulkou a odpisy vypočítáme podle vzorce:

$$O = \frac{(PC \cdot k)}{100} \quad (\text{vzorec č. 1})$$

Zdroj: Daňové a účetní odpisy [online]. [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: [www.odpisy.estranky.cz/clanky/danove-odpisy/O – odpis v daném roce](http://www.odpisy.estranky.cz/clanky/danove-odpisy/O-odpis-v-danem-roce)

PC – pořizovací cena

k – příslušný koeficient podle tabulky

n – označuje odpisový rok (odpis v prvním roce...O1)

Plánovaný výkaz zisku a ztrát (vyčísluje výnosy, náklady a výsledek hospodaření, které organizace předpokládá v jednotlivých letech). V prvních dvou letech bude výsledek hospodaření minimální, avšak v třetím roce očekáváme skokový nárůst, díky zakoupení balicí linky a rozšíření služeb. V dalších letech plánujeme zvýšit roční výsledek hospodaření minimálně o 25 %. Celkový přehled VZZ je uveden v příloze č. 6.

Cash Flow je výkaz, který podává informaci o peněžních tocích v průběhu účetního období v letech 2016 – 2018. Pro přehlednost je uveden v příloze č. 7.

3.3.3 Marketingový plán

Marketingový mix je konkrétní (kvalitativní, kvantitativní a časová) kombinace marketingových nástrojů. Marketingové nástroje jsou základní nástroje (tj. činitele, prostředky, parametry), kterými podnik může ovlivnit svoje odbytové trhy resp. dosáhnout svých marketingových cílů. Marketingový mix je také označován jako 4P.

V našem marketingovém mixu se zaměříme na to, co chceme prodávat, za jakou cenu, jak se zboží dostane k zákazníkovi a jak se zákazník o tom dozví.

Produkt

Naše firma nabízí produkty fyzického charakteru a zároveň služby s tím spojené. Poskytujeme komplexní logistické služby v rozsahu požadovaném od zákazníka. Kvalitní logistika pro nás znamená poskytnout zákazníkovi pro jeho zboží ideální podmínky, aby zůstalo co nejdéle čerstvé, vzhledem k tomu, že naši odběratelé jsou především firmy, které poskytují veřejné stravování. Dáváme si záležet, aby teplota byla stále řízená při transportu, manipulaci, skladování, ale samozřejmě záleží na druhu zboží, protože každé zboží vyžaduje určitou teplotu. Neméně důležitá je pro nás flexibilita, rychlost a šetrnost při manipulaci se zbožím. Logistika s ovocem a zeleninou je především o zajištění optimálních podmínek, jež ovoce a zelenina vyžaduje. Protože budeme začínající firma na trhu, je naším cílem zajistit zákazníkovi vždy požadovanou kvalitu služeb.

Cena

Naše firma si klade dále za cíl vytvořit se zákazníky dlouhodobý vztah a za pomoci zpětné vazby stálých zákazníků zdokonalovat poskytované služby. Hlavním cílem podniku je dlouhodobé dosahování zisku při zachování konkurenčních cen, které budou zajímavé pro naše odběratele. Prodejní cenu vypočítáme tak, že si určíme spodní hranici ceny vycházející z nákladů, horní hranici ceny vycházející z poptávky a v konečné fázi ceny porovnáme s cenami konkurence. Po tomto výpočtu se dostaneme na stanovení ideální ceny.

Spodní hranici ceny jednoho kilogramu zboží vycházející z nákladů, dostaneme za pomoci metody stanovení ceny přírůžkou. K nákupní ceně připočteme +/- 30% marži. Marže, kterou jsme si určili, nebude vždy stejná, bude pohyblivá podle druhu a ceny zboží. U nízké ceny zboží bude vyšší procento marže a naopak.

Horní hranici ceny vycházející z poptávky jsme získali dotazováním potenciálních odběratelů. Ceny konkurence jsme získali tak, že jsme použili dostupné zdroje na internetu a poptáváním se v několika stravovacích zařízeních.

Distribuce

V podniku bude probíhat přímá forma distribuce, to znamená z velkoskladu přímo k zákazníkovi a to za pomoci několika distribučních kanálů. Hlavní kanál bude prodej přímo ve skladu, kde si zákazníci (odběratelé) budou moci zboží sami vybrat, tzv., Cash and Carry. Tito odběratelé mohou být pro nás z ekonomického hlediska velmi důležití, neboť zde nám odpadnou náklady spojené s rozvozem zboží. Abychom získali tyto zákazníky, v jejich ceně zohledníme to, že náš sklad navštívili osobně. Další distribuční kanál bude spočívat v pravidelné rozvázkové službě zboží nebo pohotovostní prodej v případě, kdy odběrateli dojde potřebné zboží.

Důležitým kanálem bude objednávkový systém přes webové stránky nebo telefonicky. V našem podniku se můžeme setkat i s nepřímou formou distribuce, prostřednictvím mezičlánku. Distribuční mezičlánky budou představovat jednotlivci, fyzické osoby, které podnikají na své IČ, jejich prostřednictvím je zboží přemísťováno z našeho skladu ke konečnému odběrateli.

Propagace

V okamžiku, kdy začneme podnikat, bychom se rádi dostali do podvědomí našich potenciálních zákazníků a získali jejich důvěru. Rozhodli jsme se pro reklamu na internetových stránkách, kde budeme informovat odběratele o naší nabídce zboží, kvalitě, jakosti, cenách, a také o různých slevových akcích a věrnostních programech. Zacílení bude na odběratele, kteří provozují gastronomii.

Rádi bychom pro svou propagaci využili také rozhlasová média a denní tisk. Prostřednictvím sociální sítě facebook a ostatních sociálních sítí, bychom se rádi zviditelnili a upoutali tak pozornost všech uživatelů, jelikož sociální sítě za posledních pár let výrazným způsobem proměnily marketingové strategie.

Při zahájení podnikání budeme mít připraveny propagační letáčky a propagační tašky, které necháme potisknout logem firmy. V této tašce pak budou vzorky ovoce a zeleniny z našeho skladu,

které obdrží každý zákazník při prvním nákupu. Ke konci každého kalendářního roku bychom chtěli osobně navštívit významné odběratele, poděkovat jim za spolupráci a předat jim vánoční balíčky.

3.3.4 Interní a externí analýza

Tato analýza popisuje zjištění silných a slabých stránek podniku, a taky příležitostí a hrozeb. Pomáhá nám zjistit výhody konkurence a faktory, které by podnik mohl v budoucnu využít ve svůj prospěch. Může poukazovat i na možná ohrožení, která by nás mohla potkat v průběhu našeho podnikání.

Tab. 3.12 IFE

S/W	Popis	Váha	Body	Celkem
S1	Znalost cizích jazyků	0,09	3	0,27
S2	Cenová dostupnost	0,13	4	0,52
S3	Široká nabídka služeb	0,11	3	0,33
S4	Flexibilita, spolehlivost	0,12	4	0,48
S5	Znalost moderních technologií – internet	0,08	3	0,24
	Silné stránky			1,84
W1	Nová společnost - nezavedené jméno	0,07	2	0,14
W2	Nedůvěra zákazníků	0,09	1	0,09
W3	Nedostatek zkušeností	0,12	1	0,12
W4	Nedostatek kontaktů	0,09	1	0,09
W5	Malé zkušenosti s vedením a řízením podniku	0,1	2	0,2
	Slabé stránky			0,64
	Silné + Slabé stránky			2,48

Zdroj: vlastní zpracování

Silné stránky mají hodnotu 1,84 a slabé stránky mají hodnotu 0,64. Celkový vážený průměr vyšel 2,48, což znamená, že záměr podniku je podložen středně silnou interní pozicí.

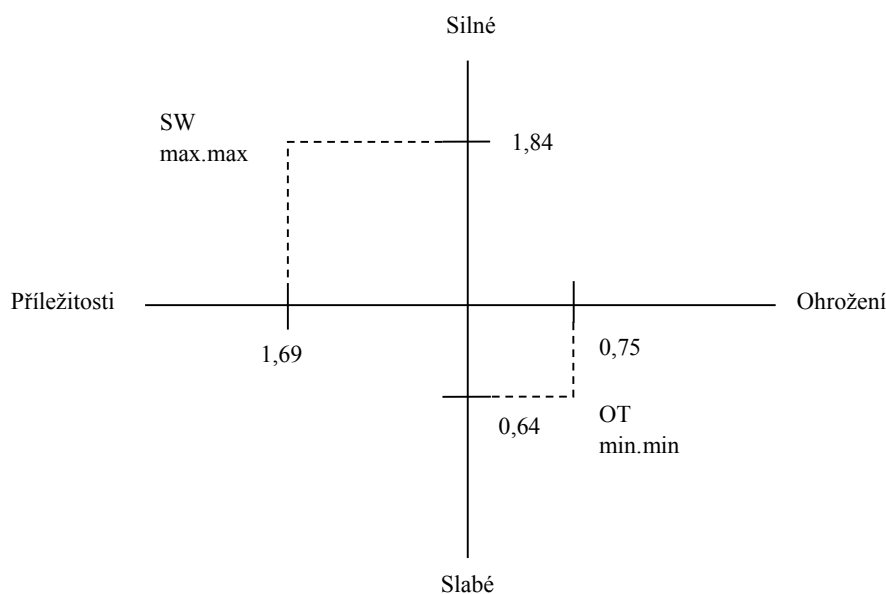
Tab. 3.13 EFE

O/T	Popis	Váha	Body	Celkem
O1	Vybudování image podniku	0,11	3	0,33
O2	Spolupráce s jinými firmami	0,13	4	0,52
O3	Zvyšující se počet technologických vymožeností	0,09	3	0,27
O4	Související služby – balení a loupání	0,11	3	0,33
O5	Nejsme závislí na jednom dodavateli	0,08	3	0,24
	Příležitosti			1,69
T1	Ekonomická situace	0,07	2	0,14
T2	Dlouholetá působnost konkurence na trhu	0,1	1	0,1
T3	Nezaměstnanost	0,09	2	0,18
T4	Druhotná platební neschopnost	0,11	2	0,22
T5	Vysoké prvotní náklady	0,11	1	0,11
	Hrozby			0,75
	Příležitosti + Hrozby			2,44

Zdroj: vlastní zpracování

Příležitosti mají hodnotu 1,69 a hrozby mají hodnotu 0,75. Celkový vážený průměr vyšel 2.44, což znamená, že záměr podniku je podložen středně silnou externí pozicí.

Graf 3.6 Interní a externí analýza



Zdroj: vlastní zpracování

Shrnutí interní a externí analýzy

Z výsledku analýzy vyplývá, že v podniku převažují silné stránky nad slabými, což je pro podnik přijatelné. Mezi nejsilnější stránky můžeme zařadit cenovou dostupnost, širokou nabídku služeb a flexibilitu. Cenová dostupnost nám pomůže nalézt stálé zákazníky, kteří budou v případě spokojenosti s poskytovanými službami šířit dále pozitivní informace o firmě.

Hrozbu spatřujeme v legislativě (daňové zatížení) a dále v dlouholeté působnosti konkurence na trhu. Naši potenciaální zákazníci mohou při výběru svého dodavatele upřednostnit firmu s dlouholetými zkušenostmi. O to více se budeme muset snažit prorazit a získat dobré jméno.

3.3.5 Shrnutí výsledku technicko-ekonomické studie

V této části podnikatelského plánu jsou shrnuty výsledky a závěry technicko-ekonomické studie, týkající se makroprostředí, mezzoprostředí, mikroprostředí.

Jako první se budeme věnovat výsledkům makroprostředí, ve kterém jsme provedli analýzu okolí podniku pomocí PESTE analýzy. Po zhodnocení jednotlivých faktorů (politický, ekonomický, sociální, technologický, ekologický) jsme došli k závěru, že náš podnik může ovlivnit z větší části ekonomický a sociální faktor a v menší míře pak ostatní.

V mezzoprostředí jsme se zabývali analýzou odvětví, konkurencí, zákazníky a dodavateli. Zjistili jsme, že do odvětví velkoobchodu s ovocem a zeleninou není složité vstoupit. Největší zátěží jsou prvotní náklady při zahájení podnikání, neboť musíme získat potřebné finanční prostředky. Musíme počítat s konkurencí, která na trhu působí delší dobu a může nám znesnadnit začátek podnikání. Budeme se snažit s tímto problémem vyrovnat a prosadit se. Největší pozornost proto budeme věnovat svým zákazníkům, protože jejich spokojenost s našimi nabízenými a poskytovanými službami je pro nás velmi důležitá. Cílem je neustále rozšiřovat náš okruh zákazníků a tím dosáhnout lepších ekonomických výsledků. Obchodní činnost zaměříme na české a zahraniční dodavatele. Naší snahou bude docílit minimálních nákupních cen. Dalším měřítkem výběru dodavatelů bude kvalita, spolehlivost, rychlost aj.

Mikroprostředí je zaměřeno na vnitřní chod podniku. Důležité pro nás budou cíle SMART (popsány výše), kde priorita cílů naznačuje, že v daný čas je dosažení některého cíle důležitější než cílů ostatních. Vizi podniku je dostat se mezi lídry v oblasti velkoobchodu ovoce a zeleniny.

Předpokladem úspěšného chodu podniku je dobrá komunikace se zaměstnanci a jejich vzájemná spolupráce. V tomto podniku bude celkem pět zaměstnanců, kteří budou mít jasně stanovené úkoly a zodpovědnosti. Na začátku podnikání budou mít všichni zaměstnanci stejnou výši mzdy, ale při dosažení dobrých výsledků hospodaření v průběhu podnikání bude možnost každého

zaměstnance motivovat osobním ohodnocením. Povinností podniku bude odvádět z hrubých mezd daň z příjmů FO 15 % u zaměstnanců a za celou společnost pak daň z příjmů PO 19 %. Dalšími povinnými zákonnými srážkami jsou sociální a zdravotní pojištění za zaměstnance i za podnik.

Ve finančním plánu jsme hodnotili reálnost podnikatelského plánu z ekonomického hlediska a sledovali jsme vývoj za období tří let. Vypočítali jsme, že počáteční vstupní výdaje budou 31 750 Kč, počáteční investiční výdaje na pořízení dlouhodobého majetku 1 113 000 Kč. Jako první z účetních výkazů jsme sestavili zahajovací rozvahu, kde bilance aktiv a pasiv činí 580 000 Kč. Vzhledem k tomu, že celková výše vstupních investičních výdajů, kterou jsme zjistili, činí 1 144 750 Kč, byli jsme nuceni si vzít podnikatelský úvěr ve výši 1 000 000 Kč, kde úroková sazba je 10,5 %. Tento úvěr budeme splácet po dobu 84 měsíců. Z výkazu zisků a ztrát vyplývá, že v prvních dvou letech bude výsledek hospodaření minimální, avšak ve třetím roce se výrazně zvýší. V následujících letech očekáváme nárůst výsledku hospodaření minimálně o 25 %. Jako poslední z těchto výkazů jsme sestavili Cash Flow, které slouží k vyjádření finančních toků. Zobrazuje pohyby peněžních prostředků a jejich příčiny, a je významnou složkou finanční analýzy. Na základě výsledku finanční analýzy jsme dospěli k závěru, že náš podnikatelský plán je rentabilní a tím pádem realizovatelný.

Z marketingového plánu vyplynulo, že tržní prostředí pro založení podniku je velmi příhodné. V prvé řadě se podnik musí zaměřit na nejbližší konkurenci a snažit se ji předstihnout. Zvolit taktiku, která mu pomůže dosáhnout silnějšího postavení na trhu.

Interní a externí analýza podniku nám odhalila naše silné a slabé stránky a také příležitosti a hrozby. V této analýze převažují silné stránky nad slabými. Jedná se opět o cenovou dostupnost, širokou nabídku služeb a flexibilitu. Naopak hrozbou pro náš podnik je dlouholetá působnost konkurence na trhu.

4 Podnikatelský plán

Tato kapitola bude věnovaná vypracování podnikatelského plánu pro založení konkrétního podniku „Velkosklad s ovocem a zeleninou“. Budeme rovněž posuzovat reálnost podnikatelského plánu na základě analýzy konkurence okolí tak, aby firma byla konkurenceschopná, získala své místo na trhu a dosahovala zisku. Vstupy pro vypracování podnikatelského plánu jsou uvedeny v kapitole 3 studie proveditelnosti.

Každý začínající podnikatel by měl věnovat dostatečné množství času a úsilí, aby se v případě špatně zpracovaného podnikatelského plánu nedostal do velkých potíží hned na začátku podnikání.

4.1 Titulní strana podnikatelského plánu

Obchodní společnost:	OVOZEL s.r.o.
Sídlo společnosti:	Provozní 1, 722 00 Ostrava-Třebovice
Předmět podnikání:	Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
Obor podnikání:	Velkosklad s ovocem a zeleninou
Kontaktní osoba:	Martin Hořínek
Webové stránky:	www.ovozel.cz
E-mail:	ovozel@seznam.cz

4.2 Exekutivní souhrn

Předmětem činnosti obchodní společnosti OVOZEL s.r.o. bude nákup a prodej zboží, konkrétně ovoce a zeleniny. Jedná se o obchodní společnost založenou jediným společníkem, který je současně jednatelem společnosti. Svou činnost zahájí po zápisu do obchodního rejstříku dnem 1. 1. 2016 v pronajatých prostorách v areálu velkoskladů v Ostravě-Třebovicích.

Vlastní podnikatelská činnost je zaměřena na oblast velkoobchodu. V podniku se bude nakupovat a prodávat čerstvé ovoce a zelenina. Toto zboží bude pak prodáváno přímo ve skladě a dále rozváženo na základě objednávek odběratelům. Snahou podniku bude podporovat české regionální firmy. Samozřejmě se bude obchodovat i s firmami ze zahraničí, hlavně se Slovenskem a Polskem. Dodavatelé budou vybráni na základě výběrového řízení. Další samozřejmostí budou zkušený, profesionální a loajální, pracovití zaměstnanci. Podnik může nabídnout i další služby související s tímto podnikáním. Pod těmito službami si můžeme představit například automatické či poloautomatické balení brambor do kilových, dvoukilových i více kilových sítěk. Do budoucna

podnik plánuje zakoupit stroje na čištění a loupání brambor a následné vakuové balení. Tyto služby budou nabídnuty školním jídelnám, hotelům, restauracím a ostatním stravovacím zařízením.

Kromě finančních prostředků z vlastních zdrojů ve výši 580 000 Kč bude k financování podniku nutný bankovní úvěr ve výši 1 000 000 Kč za účelem pořízení dlouhodobého majetku. Tento úvěr bude společnost splácet 7 let.

Za výhodu považujeme vhodné umístění skladových prostor na strategickém místě s dobrou dopravní dostupností, dále cenovou dostupnost z důvodu nižších zaváděcích cen, mladý kolektiv s jazykovými znalostmi a znalostí moderních technologií. Další konkurenční výhodou bude komplexnost poskytovaných služeb, kdy kromě nákupu a prodeje zboží budeme nabízet i jeho úpravy (např. loupání a balení).

Velkým rizikem, při kterém vzniká finanční ztráta, je to, že zboží velmi rychle podléhá zkáze. Pro trh v odvětví velkoobchodu s ovocem a zeleninou je charakteristická závislost cen na mnoha faktorech, zejména na vlivu počasí. Nepříznivé počasí má vliv na úrodu ovoce a zeleniny a tím i na nabízené množství těchto produktů. Při převažující poptávce v případě nedostatku tohoto produktu na trhu dochází ke zvýšení cen a naopak.

4.3 Charakteristika podniku

Obchodní společnost OVOZEL s.r.o. se zabývá distribucí ovoce a zeleniny. Tato obchodní firma bude podnikat jako společnost s ručením omezeným (s.r.o.), zapsána v obchodním rejstříku. Hlavním cílem je získat dobrou pozici na trhu. Tu můžeme získat, jen když budou naši zákazníci spokojeni s našimi produkty i službami. Tyto služby pak budou nabídnuty našim potencionálním zákazníkům. Budeme spolupracovat s odběrateli a dodavateli jak z tuzemska, tak i ze zahraničí.

Zakladatel společnosti je jednatel, majitel a zároveň ředitel firmy. Na začátku podnikání bude zaměstnávat čtyři zaměstnance, kteří se budou vzájemně zastupovat. Jejich náplň práce a organizační struktura byla uvedena již výše.

Vize

Chceme se stát lídry v oblasti nákupu a prodeje ovoce a zeleniny tím, že budeme aplikovat moderní a efektivní metody obchodování, vyrovnávat se s konkurencí, dosahovat rentability a dosažení dostatečné míry výsledku hospodaření. Naší cílovou skupinou jsou především obyvatelé, kteří se stravují ve stravovacím zařízení (školky, školy, nemocnice, restaurace atd.).

Poslání

Podnik by měl uspokojovat potřebu obyvatelstva, poskytovat všestrannou službu v podnikatelské sféře v oblasti ovoce a zeleniny. Dbát o zajištění efektivního provozu podniku, zajištění spolehlivých dodávek ovoce a zeleniny, zajistit ochranu zdraví osob a majetku v podniku a v neposlední řadě zajistit ochranu životního prostředí.

Filozofie

Smyslem naší existence a náplní naší činnosti je služba veřejnosti v oblasti zásobování ovocem a zeleninou. V podniku bude usilováno o to, aby zákazníci dostali služby hodnotné, kvalitní a spolehlivé. Chceme si zasloužit důvěru svých zákazníků profesionálním vystupováním zaměstnanců na všech úrovních. Náš zákazník – náš pán.

Cíle

Hlavním cílem je získat dobrou pozici na trhu s ovocem a zeleninou, přilákat co nejvíce odběratelů z okolí, a to díky kvalitnímu zboží, ochotnému a zkušenému personálu a také dostupným cenám. Kromě dosažení kladného zisku, je cílem naší společnosti založit silný a prosperující podnik, který si bude zakládat na kvalitě a rychlosti poskytovaných služeb. Chceme, aby naši zákazníci byli vždy spokojeni s našimi produkty i službami.

- 1. Cíl: zvýšení meziročního zisku o 25 % každoročně.
- 2. Cíl: jednou ročně provádět analýzu spokojenosti zákazníků minimálně 50 % odběratelů a návrhy z toho vyplývající.
- 3. Cíl: do tří let koupit balicí linku z důvodu zvýšení obrátu.

4.4 Management a organizace podniku

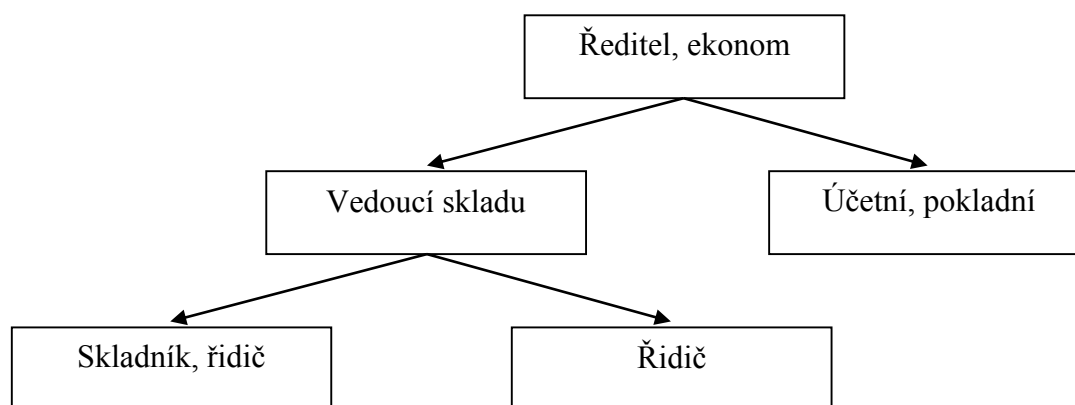
Klíčové osobnosti

Klíčovou osobností tohoto podniku je Martin Hořínek, který je majitelem a zároveň ředitelem firmy. Je flexibilní, rozhodný, pracovitý, vytrvalý a přitom loajální. Takže jeho úkolem je kontrola a chod firmy. Mezi jeho dovednosti patří schopnost řídit firmu, sladit zájmy a aktivity podniku. Svou přirozenou autoritou si dokáže získat své zaměstnance, aby plnili práci na maximum a tím přispívali k plnění cílů podniku. Využije znalosti, které byly získány při studiu na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské -Technické univerzity v Ostravě.

Organizační struktura

Společnost má celkem 5 zaměstnanců. V čele společnosti stojí jednatel, který současně vykonává funkci ředitele a ekonoma. V jeho přímé řídicí působnosti je účetní (rovněž vykonává funkci pokladní) a vedoucí skladu. V přímé řídicí působnosti vedoucího skladu je řidič a skladník, který v případě potřeby rovněž vykonává práci řidiče. Bude aplikován demokratický styl řízení.

Graf 4.1 Organizační struktura



Zdroj: vlastní zpracování

Ředitel bude zodpovídat za uskutečnění a rozvoj obchodní a prodejní strategie společnosti. Rozhoduje při realizaci obchodní politiky a využití interních zdrojů a stará se o strategické řízení podniku. Jeho náplní bude reprezentovat společnost při vytváření a udržování obchodních vztahů a jednání s partnery. Má v kompetenci vedení a kontrolu zaměstnanců, rozdělování úkolů a následnou kontrolu jejich plnění. Součástí jeho funkce je i motivace a hodnocení zaměstnanců.

Jako *ekonom* v našem podniku bude zpracovávat finanční plány a rozpočty společnosti. Jeho úkolem je zajistit odborné znalosti z oblasti účetnictví, rozpočtování a financování. Dohlíží na správné vedení účetnictví v celém rozsahu – fakturace, DPH, daňová přiznání, mzdy, uzávěrky, výkazy, pravidelné měsíční hospodaření, přehled pohledávek, přehled závazků, roční účetní uzávěrka apod. Dohlíží na finanční toky ve společnosti a koordinuje ekonomický úsek a jeho efektivní chod a reguluje spotřebu nákladů.

Naším požadavkem na pozici *účetní* je minimálně středoškolské vzdělání ekonomického směru, znalost účetních a daňových operací a standardů. Charakteristickým rysem by mělo být příjemné vystupování, pečlivost, zodpovědnost a samostatnost. Samozřejmostí je čistý trestní rejstřík. Náplní práce pozice účetní je provádění účetních operací na jednotlivých účtech nebo skupinách účtů a dále účetní zápisy jednotlivých účetních položek. Dalším úkolem bude zajistit celkovou fakturaci v podniku. Shromažďovat a kontrolovat náležitosti účetních dokladů. Zajistit agendu některých daní.

Bude se podílet na provádění dokladové inventury a sestavovat inventurní soupisy. Zajišťuje inventarizaci majetku a závazků. Má na starosti také zakládání a archivaci dokladů.

Jako *pokladní* bude zajišťovat příjem a výdej peněz včetně poskytování pokladních služeb, přejímat a vyplácet hotovost. Jejím úkolem bude vedení požadované evidence a záznamů, sledovat stav a pohyb hmotného a nehmotného majetku.

Požadavkem na tuto pozici je středoškolské vzdělání, znalost cizích jazyků a znalost práce na PC. Mezi pracovní náplň nákupčího patří zajištění oblasti dodávek ovoce a zeleniny. Během své práce vede poptávková řízení, vybírá dodavatele a uzavírá s nimi kontrakty. Vystavuje objednávky a kontroluje dodržování smluvních podmínek při dodávkách. Dodávky analyzuje z hlediska efektivnosti a dle toho stanovuje případná opatření.

Nákupčí má za úkol komunikovat s dodavateli. Dále specifikovat objednávky a dohlížet na splnění termínů dodávek. Další činností je sledování stavu zásob.

Pracovní náplň prodejce představuje prezentaci a prodej ovoce a zeleniny. Zákazníkům poskytuje během prodeje odborné poradenství. Jeho úkolem bude udržet stálé zákazníky, ale také získávat nové, a tím zvýšit náš odbyt.

Na pracovní pozici *vedoucího skladu* je podmínkou znalost práce na PC – Outlook, Excel, Word, výborné organizační, komunikační schopnosti a příjemné vystupování.

Úkolem vedoucího skladu bude koordinace a řízení každodenních logistických operací, organizace a řízení týmu pracovníků skladu. Dále komunikace s klienty a řešení plánování, plnění smluv a případné reklamace. Bude zodpovídat za dodržování zásad bezpečnosti práce a požární ochrany. Provádí pravidelný reporting, spolupracuje s ostatními zaměstnanci společnosti. Efektivně využívá skladovací prostory.

Na pozici *skladníka* a zároveň *řidiče* požadujeme řádné vykonávání příslušné aktivity při skladování a zacházení se zbožím. Mezi jeho činnosti patří přejímání zboží a kontrola dokumentů, které zboží doprovázejí. Také ukládání, skladování a vydávání zboží. Jedna z podmínek přijetí na tuto funkci bude schopnost umět zacházet a manipulovat s mechanizačními prostředky a starat se o jejich běžnou údržbu. Podmínkou je řidičský průkaz skupiny B.

Zaměstnanec – *řidič* je povinen vlastnit řidičský průkaz skupiny B, C na osobní a nákladní motorová vozidla. Řidič bude řídit vozidlo s nákladem při krátkých i dálkových cestách. Bude zodpovídat za vozidlo a kontrolovat jeho provozuschopnost, dodržovat pracovní rozvrh a stanovenou trasu. Povede si záznamy o provozu vozidla, obstarává a kompletuje provozní dokumentaci, celní a jiné doklady. Řidič se také stará o údržbu a běžné opravy vozidla, stejně tak o kontrolu naložení vozidla, zabezpečení nákladu v rámci stanovené nosnosti.

4.5 Finanční plán

Ve finančním plánu jsme hodnotili reálnost podnikatelského plánu z ekonomického hlediska. Vypočítali jsme, že počáteční vstupní výdaje budou 31 750 Kč, počáteční investiční výdaje na pořízení dlouhodobého majetku 1 113 000 Kč. Vzhledem k tomu, že celková výše vstupních investičních výdajů, kterou jsme zjistili, činí 1 144 750 Kč, byli jsme nuceni si vzít podnikatelský úvěr ve výši 1 000 000 Kč, kde úroková sazba je 10,5 %. Tento úvěr budeme splácet po dobu 84 měsíců. Z výkazu zisku a ztrát vyplývá, že v prvních dvou letech bude výsledek hospodaření minimální, avšak ve třetím roce se výrazně zvýší. V následujících letech očekáváme nárůst výsledku hospodaření minimálně o 25 %. Na základě výsledku finanční analýzy jsme dospěli k závěru, že náš podnikatelský plán je rentabilní a tím pádem realizovatelný.

Kritický bod rentability v korunách a čase je vypočten dle níže uvedeného vzorce. (Mikoláš 2000).

$$T_{kr} = \frac{FN_{12} \cdot T_{12}}{FN_{12} + Z} = \frac{890\,000 \cdot 10\,000\,000}{890\,000 + 25\,000} = 9\,727\,000 \text{ Kč} \quad (\text{vzorec č. 2})$$

$$t_{kr} = \frac{T_{kr}}{T_{12}} \cdot 12 = \frac{9\,727\,000}{10\,000\,000} \cdot 12 = 11,67 \text{ měsíců} \quad (\text{vzorec č. 3})$$

Kritický bod vyšel v hodnotě 9 727 000 Kč a z hlediska času se predikuje, že bude společnost do jednoho roku na nulovém ekonomickém zisku, tzn., že pokryje veškeré náklady.

5 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo vytvořit podnikatelský plán pro založení podniku, který bude poskytovat služby v oblasti velkoobchodu ovoce a zelenina. Jsou zde popsány jednotlivé kroky, které jsou nutné k založení společnosti s ručením omezeným. Podnikatelský plán byl vytvořen pro jednoho společníka, který se rozhodl založit podnik ve zmíněném oboru a bude vykonávat funkci majitele, ředitele a jednatele společnosti. Na počátku byla vize založení vlastního podniku. Proto, aby se tato vize naplnila, bylo nutné vytvořit kvalitní podnikatelský plán, jehož úkolem je co nejvíce minimalizovat rizika případného neúspěchu.

Faktorům, které by mohly ovlivnit založení společnosti, musí být věnována v podnikatelském plánu zvláštní pozornost. Musíme brát v úvahu, že nový podnik nebude osamocen, ale bude součástí tržního prostředí, ve kterém se nachází velké množství konkurence. Proto byly provedeny analýzy makroprostředí, mezzoprostředí, mikroprostředí a popsány faktory, které mohou mít přímý dopad na podnik. Z analýz, které byly provedeny, vyplývá, že zvolené tržní prostředí je vhodné pro založení podniku. Důležitým rozhodnutím byl výběr právní formy podnikání. Po zvážení všech kritérií se společník rozhodl podnikat jako společnost s ručením omezeným (s.r.o.).

Technicko-ekonomická studie prokázala, že podnikatelská myšlenka na založení nového podniku je realizovatelná. Po celkovém zhodnocení jednotlivých částí technicko-ekonomické studie lze říci, že daný podnik má velké šance na úspěšné zahájení podnikatelské činnosti a následného podnikání. Také na základě finančního plánu je zřejmé, že podnikatelský plán je realizovatelný a rentabilní. Naplnění hlavního cíle bakalářské práce bylo dosaženo zpracováním podnikatelského plánu pro založení velkoskladu s ovocem a zeleninou. V podnikatelském plánu se píše o vzniku společnosti, o nabídce služeb, analyzuje se situace na trhu i konkurence, také byly rozebrány možné hrozby a příležitosti, dále byly zmíněny i podmínky, za kterých vzniká společnost.

Primárně bude sloužit podnikatelský plán k vnitřní potřebě společnosti. Sekundárně může sloužit k nahlédnutí pro investory, v našem případě je to banka, která posoudí na základě plánu, zda bude požadovaný úvěr schválen či nikoliv. Dílčím cílem bylo pospat kroky, které jsou nezbytné k založení společnosti. Jelikož se společník rozhodl pro právní formu podnikání jako společnost s ručením omezeným, byl objasněn postup při založení této právní formy podnikání.

Myslím si, že se mi cíle zmíněné v úvodu bakalářské práce podařilo splnit.

Seznam použité literatury

DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK. *Podnik a jeho okolí. Jak přežít v konkurenčním prostředí?* Praha: C.H. Beck, 2012. 192 s. ISBN 978-80-7400-224-3.

FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 220 s. ISBN 80-7169-812-1.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

KORÁB, Vojtěch a Marek MIHALISKO. *Založení a řízení společnosti. Společnost s ručením omezeným, Komanditní společnost, Veřejná obchodní společnost*. Brno: Computer Press, 2005. 252 s. ISBN 80-251-0592-X.

MIKOLÁŠ, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. Praha: Grada Publishing, 2005. 200 s. ISBN 80-247-1277-6.

MIKOLÁŠ, Zdeněk a Andrea FOLVARČNÁ. *Malá a střední firma: přiměřeně praxe pro teoretiky a přiměřeně teorie pro praktiky*. Jilešovice: František MAJ, 2000. 67 s. ISBN 80-86458-02-4.

PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie*. Praha: Victoria Publishing, 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.

SRPOVÁ, Jitka a kol. *Podnikatelský plán*. Praha: Oeconomica, 2007. 242 s. ISBN 978-80-245-1263-1.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ a kol. *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada Publishing, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing – cesta k trhu*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2.

SYNEK, Miloslav a kol. *Podniková ekonomika*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2002. 479 s. ISBN 80-7179-736-7.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

Internetové zdroje

Aktuální prognóza ČNB. *Česká národní banka*. [online]. 5.11.2015 [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/

Daňové a účetní odpisy [online]. [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: [www.odpisy.estranky.cz/clanky/danove-odpisy/O – odpis v daném roce](http://www.odpisy.estranky.cz/clanky/danove-odpisy/O-odpis-v-danem-roce)

Meziroční porovnání podílu nezaměstnaných v MSK [online]. 2016 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://portal.mpsv.cz/upcr/kp/msk/statistiky/mskgraf3_0116.pdf

Podíl obyvatel (v%) podle základních věkových skupin v Moravskoslezském kraji [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xt/tiskova-konference-seniori-v-moravskoslezskem-kraji>

Prognóza HDP [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#HDP

Prognóza inflace na horizontu měnové politiky [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#inflace

Prognóza měnově - politické inflace [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#mp_inflace

Prognóza úrokových sazeb (3M PRIBOR) [online]. 2015 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/prognoza/#PRIBOR

Spotřeba ovoce a zeleniny v hodnotě čerstvé (kg na obyvatele za rok) [online]. 2013 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2013-de0e4yvg8q>

Spotřeba ovoce a zeleniny (kg na obyvatele) [online]. 2013 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/zemedelstvi/cesti-pestitele-ovoce-a-zeleniny-upadaji-dovozy-atakuji-rekordy-955691>

Spotřeba zeleniny v hodnotě čerstvé a brambor (kg na obyvatele za rok) [online]. 2014 [cit. 2016-02-26]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2014>

Vítejte v Ostravě. *Ostravský informační servis*. [online]. 19.11.2009 [cit. 2015-12-02]. Dostupné z: <http://www.ostravainfo.cz/vitejte-v-ostrave-cs>

Seznam zkratek

a. s.	akciová společnost
aj.	a jiné
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
BOZP	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci
CRM	Centrální registrační místo
č.	číslo
ČNB	Česká národní banka
ČSÚ	Český statistický úřad
DIČ	Daňové identifikační číslo
DPČ	Dohoda o pracovní činnosti
DPP	Dohoda o provedení práce
EU	Evropská unie
FO	Fyzická osoba
FÚ	Finanční úřad
HDP	hrubý domácí produkt
IČ	Identifikační číslo
JRF	Jednotný registrační formulář
k. s.	komanditní společnost
Kč	Koruna česká
kg	kilogram
kol.	kolektiv
MSK	Moravskoslezský kraj
např.	například
NOZ	Nový občanský zákoník
Obr.	Obrázek
odst.	odstavec
OR	Obchodní rejstřík
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PO	Právnícká osoba
RPSN	Roční procentní sazba nákladu
s.	strana

Sb.	Sbírka zákonu
SE	Societas Europaea (Evropská společnost)
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
spol. s r.o.	společnost s ručením omezeným
SP	Sociální pojištění
tj.	to je
tzn.	to znamená
tzv.	tak zvaný
ÚP	Úřad práce
v. o. s.	veřejná obchodní společnost
ZK	Základní kapitál
ZP	Zdravotní pojištění
§	paragraf

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 6. května 2016

Martin Hořínek
.....
jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha č. 1 – Zahajovací rozvaha

Příloha č. 2 – Rozvaha ke dni 31. 12. 2016 (v tisících CZK)

Příloha č. 3 – Rozvaha ke dni 31. 12. 2017 (v tisících CZK)

Příloha č. 4 – Rozvaha ke dni 31. 12. 2018 (v tisících CZK)

Příloha č. 5 – Přehled splátek bankovního úvěru

Příloha č. 6 – Výkaz zisku a ztrát (v tisících CZK)

Příloha č. 7 – Cash Flow

Příloha č. 8 – Historie Ostravy

Příloha č. 1 – Zahajovací rozvaha (v tisících CZK)

Aktiva ke dni 1. 1. 2016		Počáteční stav
	AKTIVA CELKEM	580
A.	Pohledávky za upsaný ZK	0
B.	Dlouhodobý majetek	0
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	0
C.	Oběžný majetek	580
C. I.	Zásoby	0
C. III.	Krátkodobé pohledávky	0
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	580
Pasíva - ke dni 1. 1. 2016		Počáteční stav
	PASIVA CELKEM	580
A.	Vlastní kapitál	580
A. I.	Základní kapitál	300
A. II.	Kapitálové fondy	280
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	0
A. V.	Výsledek hospodaření běžného úč.obd.	0
B.	Cizí zdroje	0
B. III.	Krátkodobé závazky	0
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	0

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 2 – Rozvaha ke dni 31. 12. 2016 (v tisících CZK)

Aktiva ke dni 31. 12. 2016		Běžné účetní období			Počáteční stav Netto
		Brutto	korekce	netto	
	AKTIVA CELKEM	1 805	100	1 705	580
B.	Dlouhodobý majetek	900	100	800	0
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	900	100	800	0
C.	Oběžná aktiva	905	0	905	0
C. I.	Zásoby	200	0	200	0
C. III.	Krátkodobé pohledávky	200	0	200	0
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	505	0	505	580

Pasiva - ke dni 31. 12. 2016		Stav v běžném účetním období	Počáteční stav
	PASIVA CELKEM	1 705	580
A.	Vlastní kapitál	605	580
A. I.	Základní kapitál	300	300
A. II.	Kapitálové fondy	280	280
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	0	0
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	25	0
B.	Cizí zdroje	1 100	0
B. III.	Krátkodobé závazky	200	0
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	900	0

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 3 – Rozvaha ke dni 31. 12. 2017 (v tisících CZK)

Aktiva ke dni 31. 12. 2017		Běžné účetní období			Počáteční stav netto
		Brutto	korekce	netto	
	AKTIVA CELKEM	2 035	320	1 715	1 705
B.	Dlouhodobý majetek	1 100	320	780	800
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	1 100	320	780	800
C.	Oběžná aktiva	935	0	935	905
C. I.	Zásoby	300	0	300	200
C. III.	Krátkodobé pohledávky	250	0	250	200
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	385	0	385	505

Pasiva - ke dni 31. 12. 2017		Stav v běžném účetním období	Počáteční stav
	PASIVA CELKEM	1 715	1 705
A.	Vlastní kapitál	665	605
A. I.	Základní kapitál	300	300
A. II.	Kapitálové fondy	280	280
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	25	0
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetní období	60	25
B.	Cizí zdroje	1 050	1 100
B. III.	Krátkodobé závazky	250	200
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	800	900

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 4 – Rozvaha ke dni 31. 12. 2018 (v tisících CZK)

Aktiva ke dni 31. 12. 2018		Běžné účetní období			Počáteční stav netto
		Brutto	korekce	netto	
	AKTIVA CELKEM	2 565	570	1 995	1 715
B.	Dlouhodobý majetek	1 100	570	530	780
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	1 100	570	530	780
C.	Oběžná aktiva	1 465	0	1 465	935
C. I.	Zásoby	400	0	400	300
C. III.	Krátkodobé pohledávky	300	0	300	250
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	765	0	765	385

Pasiva - ke dni 31. 12. 2018		Stav v běžném účetním období	Počáteční stav
	PASIVA CELKEM	1 995	1 715
A.	Vlastní kapitál	995	665
A. I.	Základní kapitál	300	300
A. II.	Kapitálové fondy	280	280
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	85	25
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	330	60
B.	Cizí zdroje	1 000	1 050
B. III.	Krátkodobé závazky	300	250
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	700	800

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 5 – Přehled splátek bankovního úvěru

Poř.	Splátka	Jistina	RPSN Úroky	Anuita celkem	Neuhrazená jistina	Aktuální sazba
1	20. 1. 2016	8 110,67	8 750,00	16 860,67	991 889,33	10,50 %
2	20. 2. 2016	8 181,64	8 679,03	16 860,67	983 707,69	10,50 %
3	20. 3. 2016	8 253,23	8 607,44	16 860,67	975 454,45	10,50 %
4	20. 4. 2016	8 325,45	8 535,23	16 860,67	967 129,01	10,50 %
5	20. 5. 2016	8 398,29	8 462,38	16 860,67	958 730,71	10,50 %
6	20. 6. 2016	8 471,78	8 388,89	16 860,67	950 258,93	10,50 %
7	20. 7. 2016	8 545,91	8 314,77	16 860,67	941 713,03	10,50 %
8	20. 8. 2016	8 620,68	8 239,99	16 860,67	933 092,34	10,50 %
9	20. 9. 2016	8 696,12	8 164,56	16 860,67	924 396,23	10,50 %
10	20. 10. 2016	8 772,21	8 088,47	16 860,67	915 624,02	10,50 %
11	20. 11. 2016	8 848,96	8 011,71	16 860,67	906 775,06	10,50 %
12	20. 12. 2016	8 926,39	7 934,28	16 860,67	897 848,67	10,50 %
13	20. 1. 2017	9 004,50	7 856,18	16 860,67	888 844,17	10,50 %
14	20. 2. 2017	9 083,29	7 777,39	16 860,67	879 760,88	10,50 %
15	20. 3. 2017	9 162,77	7 697,91	16 860,67	870 598,12	10,50 %
16	20. 4. 2017	9 242,94	7 617,73	16 860,67	861 355,18	10,50 %
17	20. 5. 2017	9 323,82	7 536,86	16 860,67	852 031,36	10,50 %
18	20. 6. 2017	9 405,40	7 455,27	16 860,67	842 625,96	10,50 %
19	20. 7. 2017	9 487,70	7 372,98	16 860,67	833 138,27	10,50 %
20	20. 8. 2017	9 570,71	7 289,96	16 860,67	823 567,55	10,50 %
21	20. 9. 2017	9 654,46	7 206,22	16 860,67	813 913,10	10,50 %
22	20. 10. 2017	9 738,93	7 121,74	16 860,67	804 174,16	10,50 %
23	20. 11. 2017	9 824,15	7 036,52	16 860,67	794 350,01	10,50 %
24	20. 12. 2017	9 910,11	6 950,56	16 860,67	784 439,90	10,50 %
25	20. 1. 2018	9 996,82	6 863,85	16 860,67	774 443,08	10,50 %
26	20. 2. 2018	10 084,30	6 776,38	16 860,67	764 358,78	10,50 %
27	20. 3. 2018	10 172,53	6 688,14	16 860,67	754 186,25	10,50 %
28	20. 4. 2018	10 261,54	6 599,13	16 860,67	743 924,71	10,50 %
29	20. 5. 2018	10 351,33	6 509,34	16 860,67	733 573,37	10,50 %
30	20. 6. 2018	10 441,91	6 418,77	16 860,67	723 131,47	10,50 %
31	20. 7. 2018	10 533,27	6 327,40	16 860,67	712 598,20	10,50 %
32	20. 8. 2018	10 625,44	6 235,23	16 860,67	701 972,76	10,50 %
33	20. 9. 2018	10 718,41	6 142,26	16 860,67	691 254,35	10,50 %
34	20. 10. 2018	10 812,20	6 048,48	16 860,67	680 442,15	10,50 %
35	20. 11. 2018	10 906,80	5 953,87	16 860,67	669 535,34	10,50 %
36	20. 12. 2018	11 002,24	5 858,43	16 860,67	658 533,10	10,50 %
37	20. 1. 2019	11 098,51	5 762,16	16 860,67	647 434,60	10,50 %
38	20. 2. 2019	11 195,62	5 665,05	16 860,67	636 238,98	10,50 %
39	20. 3. 2019	11 293,58	5 567,09	16 860,67	624 945,39	10,50 %
40	20. 4. 2019	11 392,40	5 468,27	16 860,67	613 552,99	10,50 %
41	20. 5. 2019	11 492,08	5 368,59	16 860,67	602 060,91	10,50 %
42	20. 6. 2019	11 592,64	5 268,03	16 860,67	590 468,27	10,50 %
43	20. 7. 2019	11 694,08	5 166,60	16 860,67	578 774,19	10,50 %

44	20. 8. 2019	11 796,40	5 064,27	16 860,67	566 977,79	10,50 %
45	20. 9. 2019	11 899,62	4 961,06	16 860,67	555 078,18	10,50 %
46	20. 10. 2019	12 003,74	4 856,93	16 860,67	543 074,44	10,50 %
47	20. 11. 2019	12 108,77	4 751,90	16 860,67	530 965,66	10,50 %
48	20. 12. 2019	12 214,72	4 645,95	16 860,67	518 750,94	10,50 %
49	20. 1. 2020	12 321,60	4 539,07	16 860,67	506 429,34	10,50 %
50	20. 2. 2020	12 429,42	4 431,26	16 860,67	493 999,92	10,50 %
51	20. 3. 2020	12 538,17	4 322,50	16 860,67	481 461,75	10,50 %
52	20. 4. 2020	12 647,88	4 212,79	16 860,67	468 813,87	10,50 %
53	20. 5. 2020	12 758,55	4 102,12	16 860,67	456 055,31	10,50 %
54	20. 6. 2020	12 870,19	3 990,48	16 860,67	443 185,12	10,50 %
55	20. 7. 2020	12 982,80	3 877,87	16 860,67	430 202,32	10,50 %
56	20. 8. 2020	13 096,40	3 764,27	16 860,67	417 105,92	10,50 %
57	20. 9. 2020	13 211,00	3 649,68	16 860,67	403 894,92	10,50 %
58	20. 10. 2020	13 326,59	3 534,08	16 860,67	390 568,33	10,50 %
59	20. 11. 2020	13 443,20	3 417,47	16 860,67	377 125,13	10,50 %
60	20. 12. 2020	13 560,83	3 299,84	16 860,67	363 564,30	10,50 %
61	20. 1. 2021	13 679,49	3 181,19	16 860,67	349 884,82	10,50 %
62	20. 2. 2021	13 799,18	3 061,49	16 860,67	336 085,63	10,50 %
63	20. 3. 2021	13 919,92	2 940,75	16 860,67	322 165,71	10,50 %
64	20. 4. 2021	14 041,72	2 818,95	16 860,67	308 123,99	10,50 %
65	20. 5. 2021	14 164,59	2 696,08	16 860,67	293 959,40	10,50 %
66	20. 6. 2021	14 288,53	2 572,14	16 860,67	279 670,87	10,50 %
67	20. 7. 2021	14 413,55	2 447,12	16 860,67	265 257,32	10,50 %
68	20. 8. 2021	14 539,67	2 321,00	16 860,67	250 717,65	10,50 %
69	20. 9. 2021	14 666,89	2 193,78	16 860,67	236 050,75	10,50 %
70	20. 10. 2021	14 795,23	2 065,44	16 860,67	221 255,52	10,50 %
71	20. 11. 2021	14 924,69	1 935,99	16 860,67	206 330,84	10,50 %
72	20. 12. 2021	15 055,28	1 805,39	16 860,67	191 275,56	10,50 %
73	20. 1. 2022	15 187,01	1 673,66	16 860,67	176 088,55	10,50 %
74	20. 2. 2022	15 319,90	1 540,77	16 860,67	160 768,65	10,50 %
75	20. 3. 2022	15 453,95	1 406,73	16 860,67	145 314,70	10,50 %
76	20. 4. 2022	15 589,17	1 271,50	16 860,67	129 725,53	10,50 %
77	20. 5. 2022	15 725,57	1 135,10	16 860,67	113 999,96	10,50 %
78	20. 6. 2022	15 863,17	997,50	16 860,67	98 136,78	10,50 %
79	20. 7. 2022	16 001,98	858,70	16 860,67	82 134,81	10,50 %
80	20. 8. 2022	16 141,99	718,68	16 860,67	65 992,81	10,50 %
81	20. 9. 2022	16 283,24	577,44	16 860,67	49 709,58	10,50 %
82	20. 10. 2022	16 425,71	434,96	16 860,67	33 283,86	10,50 %
83	20. 11. 2022	16 569,44	291,23	16 860,67	16 714,42	10,50%
84	20. 12. 2022	16 714,42	146,25	16 860,67	0,00	10,50%

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 6 – Výkaz zisku a ztrát (v tisících CZK)

	Položky	Ke dni 31. 12. 2016	Ke dni 31. 12. 2017	Ke dni 31. 12. 2018
I.	Tržby za prodej zboží	10 000	12 000	15 000
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	7 800	9 200	11 500
*	Obchodní marže	2 200	2 800	3 500
B.	Výkonová spotřeba	900	1 000	1 200
*	Přidaná hodnota	1 300	1 800	2 300
C.	Osobní náklady	1 200	1 300	1 500
D.	Daně	20	20	20
E.	Odpisy dlouhodobého majetku	100	230	270
IV.	Ostatní provozní výnosy	250	–	–
*	Provozní výsledek hospodaření	230	260	530
N.	Nákladové úroky	100	90	80
O.	Ostatní finanční náklady	100	100	100
*	Finanční výsledek hospodaření	-200	-200	-200
S.	Daň z příjmů za běžnou činnost	5	11	63
**	VH za běžnou činnost	25	49	267
***	VH za účetní období	25	60	330
****	Výsledek hospodaření před zdaněním	30	49	267

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 7 – Cash Flow

CASH FLOW (v tisících CZK)		Ke dni 31. 12. 2016	Ke dni 31. 12. 2017	Ke dni 31. 12. 2018
P.	Stav peněžních prostředků a peněžních ekvivalentů na začátku účetního období	580	505	395
Peněžní toky z hlavní výdělečné činnosti (provozní činnost)				
Z.	Účetní zisk nebo ztráta z běžné činnosti před zdaněním	25	60	330
A. 1	Úpravy o nepeněžní operace = $A11 + A12 + A13 + A14 + A15 + A16$	100	220	250
A. 1 1	Odpisy SA a umořování opravné položky k nabytému majetku	100	220	250
A. 1 2	Změna stavu opravných položek, rezerv	0	0	0
A. 1 3	Zisk z prodeje stálých aktiv	0	0	0
A. 1 4	Výnosy z podílů na zisku	0	0	0
A. 1 5	Vyúčtované nákladové úroky s výjimkou kapitalizovaných a vyúčtované výnosové úroky	0	0	0
A. 1 6	Případné úpravy o ostatní nepeněžní operace	0	0	0
A. *	Čistý peněžní tok z prov. činnosti před zdaněním, změnami prac. kapitálu a mim. Položkami = $A1 + Z$	125	280	580
A. 2	Změny stavu nepeněžních složek pracovního kapitálu = $A21 + A22 + A23 + A24$	800	-100	-100
A. 2 1	Změna stavu pohledávek z provozní činn., přechodných účtů aktiv	-200	-50	-50
A. 2 2	Změna stavu krátkodobých závazků z provozní činnosti, přechodných účtů pasiv	1200	50	50
A. 2 3	Změna stavu zásob	-200	-100	-100
A. 2 4	Změna stavu krátkodobého finančního majetku nespádajícího do peněžních prostř. a ekvivalentů	0	0	0
A. **	Čistý peněžní tok z provozní činnosti před zdaněním a mimořádnými položkami = $A* + A2$	925	180	480
A. 3	Vyplacené úroky s výjimkou kapitalizovaných	-100	-90	-80
A. 4	Přijaté úroky	0	0	0
A. 5	Zaplacená daň z příjmů za běžnou činnost a doměrky daně za minulá období	0	0	0
A. 6	Příjmy a výdaje spojené s mimořádným hospodářským výsledkem včetně daně z příjmů	0	0	0
A. ***	Čistý peněžní tok z provozní činnosti = $A** + A3 + A4 + A5 + A6$	825	90	400
Peněžní toky z investiční činnosti				
B. 1	Výdaje spojené s nabytím stálých aktiv	-900	-200	0
B. 2	Příjmy z prodeje stálých aktiv	0	0	0
B. 3	Zápůjčky a úvěry spřízněným osobám	0	0	0
B. ***	Čistý peněžní tok vztahující se k investiční činnosti = $B1 + B2 + B3$	-900	-200	0
Peněžní toky z finančních činností				
C. 1	Dopady změn dlouhodobých, resp. krátkodobých závazků	0	0	0
C. 2	Dopady změn vlastního kapitálu na peněžní prostředky a ekvivalenty = $C21 + C22 + C23 + C24 + C25 + C26$	0		
C. 2 1	Zvýšení peněžních prostředků z důvodů zvýšení základního kapitálu, ážia a fondů ze zisku.	0	0	0
C. 2 2	Vyplacení podílů na vlastním jmění společníkům	0	0	0
C. 2 3	Další vklady peněžních prostředků společníků a akcionářů	0	0	0
C. 2 4	Úhrada ztráty společníky	0	0	0
C. 2 5	Přímé platby na vrub fondů	0	0	0
C. 2 6	Vyplacené podíly na zisku včetně zaplacené daně	0	0	0
C. ***	Čistý peněžní tok vztahující se k finanční činnosti = $C1 + C2$	0	0	0
F.	Čisté zvýšení resp. snížení peněžních prostředků = $A*** + B*** + C***$	-75	-110	400
R.	Stav peněžních prostředků a pen. ekvivalentů na konci účetního období = $P + F$	505	395	795

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 8 – Historie Ostravy

Ostrava dostala jméno podle řeky Ostravice, která město rozděluje na moravskou a slezskou část. Základ slova Ostrava znamená „ostře, rychle, bystře tekoucí řeku“. Osídlení území, na kterém dnešní město leží, je poprvé doloženo už ve starší době kamenné. K nejstarším ostravským vsím patří Polská (dnes Slezská) Ostrava, která je zmíněna v jednom z dokumentů papeže Řehoře IX. již v roce 1229. Ke střežení hranice mezi polským a českým státem byl na ostrohu nad soutokem řeky Lučiny s Ostravicí vybudován Slezskoostravský hrad zaznamenaný v listině z roku 1297. V roce 1437 byla Moravská Ostrava začleněna do hukvaldského panství, jehož osudy sdílela až do roku 1848. Za třicetileté války patřila Moravská Ostrava k nejvíce postiženým městům v českých zemích. Oživení hospodářského života na Ostravsku přinesl objev uhlí v roce 1763 v Polské Ostravě. Napojení na Severní dráhu Ferdinandovu v roce 1847 způsobily, že Ostrava se ve druhé polovině 19. století stala jedním z nejvýznamnějších průmyslových středisek rakousko-uherské monarchie. Po vzniku ČSR v roce 1918 si Ostrava díky železárnám a dolům uchovala významné hospodářské postavení a pomalu se přetvářela ve správní, společenské a kulturní centrum. Po roce 1945 a v průběhu padesátých let 20. století se Československo orientovalo na rozvoj hornictví, ocelářství a dalších oborů těžkého průmyslu. K výrazným politickým a hospodářským změnám došlo po roce 1989. Ostrava se stala statutárním městem v čele s primátorem, městskou radou a zastupitelstvem voleným ve svobodných a demokratických volbách.